



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

Ocak 2023

ISSN : 2149-486X

e - ISSN : 2717-8617

CİLT 9 SAYI 1

Genel DOI : 10.17932/IAU.ICD.2015.006

Cilt 9 Sayı 1 DOI : 10.17932/IAU.ICD.2015.006/2022.901

İlişim

<https://icd.aydin.edu.tr/tr/2023-ocak-cilt-9-sayi-1/>

Editör

Dr. Öğr. Üyesi Veli Boztepe

Editör Yardımcısı

Arş. Gör. Meltem Başaran

icd.aydin.edu.tr

İstanbul Aydın Üniversitesi / İstanbul Aydın University
İletişim Çalışmaları Dergisi / The Journal of Communication Studies

ISSN : 2149-486X e-ISSN : 2717-8617

Sahibi/Proprietor
Doç. Dr. Mustafa AYDIN

Yazı İşleri Müdürü/Editor-in-Chief
Zeynep AKYAR

Editör/Editor
Dr. Öğr. Üyesi Veli BOZTEPE

Editör Yardımcısı/Assistant Editor
Arş. Gör. Meltem Başaran

Yayın Kurulu/Editorial Board
Prof.Dr. Cem S. SÜTCÜ
Prof.Dr. Selahattin Yıldız
Prof. Dr. Okan ORMANLI

Dil/Language
Türkçe & İngilizce/Turkish & English

Yayın Periyodu/Publication Period
Yılda Üç sayı: Ocak, Mayıs, Eylül
Published three times a year: January, May,
September

Akademik Çalışmalar Koordinasyon Ofisi
Academic Studies Coordination Office (ASCO)

İdari Koordinatör/Administrative
Coordinatör
Serdar GÜRÇAY

Türkçe Redaksiyon/ Turkish Redaction

İngilizce Redaksiyon/English Redaction
Neslihan İSKENDER

Grafik Tasarım/Graphic Desing
Deniz Selen KAĞITCI

Yazışma Adresi/Correspondence Address
Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, No: 38
Sefaköy, 34295 Küçükçekmece/İstanbul
Tel: 0212 444 1 428
Fax: 0212 425 57 97
Web: icd.aydin.edu.tr
E-posta: icd@aydin.edu.tr
Dergipark: dergipark.org.tr/tr/pub/icd

Baskı/Printed by
Levent Baskı Merkezi
Sertifika No: 35983
Emniyetevler Mahallesi Yeniçeri Sokak
No:6/A
4.Levent / İstanbul, Türkiye
Tel: 0212 270 80 70
E-mail: info@leventbaskimerkezi.com

BİLİM (DANIŞMA) KURULU / EDITORIAL BOARD

- Prof. Dr. Hülya YENGİN**, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Ali BAYRAKTAROĞLU, Trakya Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
Prof. Dr. Aysel AZİZ, Yeniüzyıl Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Suat GEZGİN, Yeditepe Üniversitesi, Avrupa Çalışmaları Enstitüsü
Prof. Dr. Cem S. SÜTCÜ, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Ruken ÖZTÜRK, Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

İstanbul Aydın Üniversitesi / İstanbul Aydın University
İletişim Çalışmaları Dergisi / The Journal of Communication Studies
ISSN : 2149-486X e-ISSN : 2717-8617 CİLT 9 SAYI 1 OCAK 2023

HAKEM KURULU

- Prof. Dr. Hülya YENĞİN**, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Atilla GİRGİN, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Emine Özden CANKAYA
Prof. Dr. Özer KANBUROĞLU, İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
Prof. Dr. Deniz YENĞİN, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Battal ODABAŞ, Giresun Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Neşe KARS, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Murat ÖZGEN, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Belkıs ULUSOY NALCIOĞLU, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Aslı YAPAR GÖNENÇ, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Seda ÇAKAR MENGÜ, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Simber ATAY ESKİER, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
Prof. Dr. Müge ELDEN POGUN, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Ebru ÖZGEN, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Ahmet KALENDER, Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Mine SARAN, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Erol Nezh ORHON, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi
Prof. Dr. Emel KARAYEL BİLBİL, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Tehvide Serra GÖRPE, Zayed University
Prof. Dr. Ayhan Oğuz ÜNLÜER, Uşak Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Emine Nilüfer PEMBECİOĞLU, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Erkan YÜKSEL, Anadolu Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Suat GEZGİN, Yeditepe Üniversitesi, Avrupa Çalışmaları Enstitüsü
Prof. Dr. R. Ayhan YILMAZ, Anadolu Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Hamid VELİYEV, Bakü Devlet Üniversitesi, Azerbaycan
Prof. Dr. Mehmet ALXAN, Bakü Devlet Üniversitesi, Azerbaycan
Prof. Dr. Fiona CREAM, Universidad San Jorge, Spain
Prof. Dr. Cem Sefa SÜTCÜ, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Necmi Emel DİLMEN, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Sefa ÇELİKŞAP, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Okan ORMANLI, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Tolga KARA, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Nilüfer SEZER, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Mustafa SAMİ MENCET, Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Nebahat AKGÜN ÇOMAK, Galatasaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Elgiz YILMAZ ALTUNTAŞ, Galatasaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Hale TORUN, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Aybike ÖZEL, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Neşe KAPLAN, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Vuqar ZİFEROĞLU, Bakü Devlet Üniversitesi, Azerbaycan
Doç. Dr. Hatice Hale BOZKURT, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Çiğdem AYTEKİN, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Ayda UZUNÇARŞILI SOYDAŞ, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Yelda ÖZKOÇAK, Doğu Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi
Doç. Dr. Serdar KARAKAYA, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla MYO
Doç. Dr. Çağrı ERGEZER, Uluslararası Kantoro Şaripoviç Toktomamatov Üniversitesi
Doç. Dr. Aşegül AKAYDIN AYDIN, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Dr. Öğr. Üyesi Begümhan GÖKTÜRK, İst Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Gonca YILDIRIM, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatma NAZLI KÖKSAL, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Gözde SUNAL, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Gamze Nil ARKAN, Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cebrail SADAKOĞLU, İst Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÖZTUNÇ, Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Tamer BAYRAK, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Sena COŞKUN, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Bilgen AYDIN SEVİM, Sakarya Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi
Dr. Fatih GÖKSU, Rotterdam Erasmus University, The Netherlands
Dr. Öğr. Üyesi Cem YILDIRIM, İstanbul Ayvansaray Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi
Dr. Elena BANCIU, Ecological University of Bucharest, Romania
Öğr. Gör. Tuğba Çedikçi FENER, İstanbul Kültür Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu
Öğr. Gör. Olcay HOLAT, Ege Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Fatma SERDAROĞLU, Anadolu Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DERGİSİ (İCD)

(ISSN: 2149-486X) - (E-ISSN: 2717-8617)

Odak ve Kapsam

İletişim Çalışmaları Dergisi, bilimin rehberliğinde dünyaya açılmak, içinde bulunduğu topluma ulaşabilmek, onların değişen ve gelişen taleplerine öncülük etmek için araştırmacıların özün bilimsel makalelerini uluslararası yayıncılık ilkeleri doğrultusunda yayımlamak amacını güder. İletişim Çalışmaları Dergisi, İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin yayın organıdır. Çeşitli konularda özgün Türkçe ve İngilizce bilimsel makalelerin yayımlandığı bir süreli yayındır. İletişim Çalışmaları Dergisi hakemli bir dergidir ve 2015 yılından beri yayımlanmaktadır. İletişim Çalışmaları Dergisinde (İCD); gazetecilik, halkla ilişkiler, pazarlama iletişimi, reklam çalışmaları, radyo televizyon programcılığı, radyo televizyon haberciliği, film çalışmaları, görsel iletişim tasarımı, uygulamalı iletişim, yeni (dijital) medya, siyasal iletişim, kültürlerarası iletişim, iletişim ve kültür ve bunun gibi iletişim bilimlerdeki ilgili alanlardaki bilimsel çalışmalar kapsamında eserler yayımlanmaktadır.

İndeks ve Özet Bilgisi

Dergipark

Asos

Yayıncı

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Değerlendirme Süreci

İletişim Çalışmaları Dergisine gönderilen makaleler, iki hakem tarafından değerlendirilir. Hakemlerden birinin olumsuz, diğerinin olumlu görüş bildirmesi durumunda Yayın Kurulu hakem raporlarını inceleyerek makalenin işlem sürecini üçüncü bir hakeme gönderme yönünde ya da yazarına iade etme şeklinde belirler. Makalenin yayımlanabilmesi için en az iki hakemin olumlu görüş bildirmesi gerekir. Makaleler Turnitin ve/veya iThenticate intihal yazılımları ile kontrol edilmektedir. Hakemlerin raporları tamamlandıktan sonra yazılar, Yayın Kurulu'nun onaylaması durumunda yayıma hazır hale gelir ve kabul sırası dikkate alınarak uygun görülen sayıda yayımlanır.

Yayın Sıklığı

İletişim Çalışmaları Dergisi Ocak, Mayıs ve Eylül olmak üzere yılda 3 kez yayımlanır. Yazarlar istediği zaman makalesini gönderebilir. Değerlendirme süreci tamamlanan makaleler geliş tarihi dikkate alınarak yayımlanır.

Açık Erişim Politikası

Açık erişimin bilginin evrensel kullanımını artırarak, insanlık için yararlı sonuçlar doğuracağı düşüncesinden hareketle, İletişim Çalışmaları Dergisi Açık Erişim politikasını benimsemiştir. Dergi, yazarlardan devraldığı ve yayımladığı içerikle ilgili telif haklarından, bilimsel içeriğe evrensel Açık Erişimin (Open Access) desteklenmesi ve geliştirilmesine katkıda bulunmak amacıyla, bilinen standartlarda kaynak olarak gösterilmesi koşuluyla, ticari kullanım amacı ve içerik değişikliği dışında kalan tüm kullanım (bağlantı verme, kopyalama, baskı alma, herhangi bir fiziksel ortamda çoğaltma ve dağıtma vb.) haklarını bedelsiz kullanıma sunmaktadır. İçeriğin ticari amaçlı kullanımı için yayınevinden yazılı izin alınması gereklidir.

Yayın Ücreti

Dergi için her hangi bir ücret talep edilmemektedir. Ayrıca kabul edilen bütün makaleler ücretsiz yayımlanmaktadır.

Araştırma ve Yayın Etiği İlkeleri

İCD'ye gönderilen bilimsel yazılarda, Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği ile ilişkili yönergeler, ICMJE (International Committee of Medical Journal Editors) önerileri ve COPE (Committee on Publication Ethics)'un Editör ve Yazarlar için Uluslararası Standartları dikkate alınmalıdır. İntihal, verilerde sahtecilik ya da yanıltmacılık, yayın tekrarı, bölerek yayımlama ve araştırmaya katkısı olmayan kişilerin yazarlar arasında yer alması etik kurallar dahilinde kabul edilemez uygulamalardır. Bu ve benzeri uygulamalarla ilişkili herhangi etik bir usulsüzlük durumunda gerekli yasal işlemler yapılacaktır.

a) İntihal: Başkalarının özgün fikirlerini, metotlarını, verilerini veya eserlerini bilimsel kurallara uygun biçimde atıf yapmadan kısmen veya tamamen kendi eseri gibi göstermek, intihal kapsamında ele alınmaktadır. İntihalden kaçınmak için yazarlar bilimsel kurallara uygun bir şekilde atıf yapmalı ve araştırmaları içerisinde yer alan tüm bilimsel yazılara ait kaynak gösterimine dikkat etmelidirler.

b) Veride Sahtecilik: Bilimsel araştırmalarda gerçekte var olmayan ya da değişikliğe uğratılmış verileri kullanmak, veride sahtecilik kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar verilerini etik kurallar dahilinde toplayarak, süreç içerisinde geçerlik ve güvenilirliği etkileyecek bir değişikliğe maruz bırakmadan analiz etmelidirler.

c) Çarpıtma: Araştırmadan elde edilen kayıtları ya da verileri değiştirmek, araştırmada kullanılmayan cihaz veya materyalleri kullanılmış gibi göstermek, destek alınan kişi ve kuruluşların çıkarları doğrultusunda araştırma sonuçlarını değiştirmek ya da şekillendirmek, çarpıtma kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar araştırma süreci ile ilişkili verdikleri bilgilerde dürüst, objektif ve şeffaf olmalıdırlar. Etik kuralları ihlal etmekten kaçınmalıdırlar.

d) Yayın Tekrarı: Aynı yayını, yapılmış olan önceki yayınlara atıf yapmaksızın ayrı yayınlar olarak sunmak, yayın tekrarı kapsamında ele alınmaktadır. Değerlendirilmek üzere gönderilen yayınların daha önce başka bir yerde yayımlanması ya da değerlendirme sürecinde olması ile ilişkili sorumluluk tamamen yazarlara aittir. Yazarlar tekrardan kaçınmalı, özgün ve orijinal araştırmalarını göndermeye özen göstermelidirler.

e) Bölerek Yayınlama: Bir araştırmanın sonuçlarını, araştırmanın bütünlüğünü bozacak şekilde ve uygun olmayan biçimde parçalara ayırıp birden fazla sayıda yayımlayarak bu yayınları ayrı yayınlar olarak sunmak, bölerek yayınlama kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar araştırma bütünlüğünü göz önünde bulundurmalı ve sonuçları etkileyecek bölmelerden kaçınmalıdırlar.

f) Yazarlık: Araştırmaya katkısı olmayan kişileri yazarlar arasına dâhil etmek ya da katkısı olan kişileri dâhil etmemek, haksız yazarlık kapsamında ele alınmaktadır. Araştırmanın planlanması, tasarımı, verilerin toplanması, analiz edilmesi, değerlendirilmesi, araştırmanın yayına hazırlanması ve son halinin ortaya koyulması aşamalarına tüm yazarlar yeterli düzeyde katkı sağlamış olmalıdırlar.

İntihal Politikası

Gönderilen tüm makaleler kontrol taramasından geçmek zorundadır ve iThenticate ve/veya Turnitin (Advanced Plagiarism Detection Software) aracılığıyla kontrol edilmektedir.

Makalelerinizi taslak makaleye göre düzenleyip benzerlik raporuyla birlikte göndermeniz gerekmektedir. Benzerlik rapor oranı %15'in üzerinde olan makaleler kabul edilmeyecektir.

Telif Hakkı

Telif hakkı; bilimsel olarak hazırlanmış makalelerin ayrıntılı bir şekilde korunmasını amaçlar. Yazarın haklarını korumak ve yeniden basma ya da yayınlanan araştırmanın diğer kullanım izinlerini düzenlemek için İCD, yazarların makalelerini yayınlanmaya hazır olduğunda tüm haklarını imzalamaları gereken bir telif hakkı formuna sahiptir. İCD, yazarların telif hakkını kısıtlama olmaksızın kullanmalarına izin verir ve yayınlama haklarını kısıtlama olmadan saklar. Gönderilen kağıtların patent veya patent başvurusu ile korunmayan hiçbir özel materyal içermediği varsayılmıştır. Teknik içeriğe ve tescilli materyalin korunmasına ilişkin sorumluluk yalnızca yazara ve kurumlara aittir ve İCD veya Yayın Kurulunun sorumluluğunda değildir. Başlıca yazar, makalenin diğer tüm yazarlar tarafından görülmesini sağlamaktan sorumludur. Gönderilmeden önce makalede telif hakkıyla korunan materyallerin kullanımı için gerekli tüm telif hakkı izinlerini almak yazarın sorumluluğundadır.

Yazar Hakları

Yetki olarak haklarınızı belirlemek için gönderdiğiniz veya yayınladığınız derginin politikasını kontrol etmeniz önemlidir. İCD'nin standart politikaları aşağıdaki yeniden kullanım haklarına izin verir:

İCD; makalelerin yazarlar tarafından telif hakkı kısıtlaması olmaksızın kullanılmasına izin verir. Yayınlanan makaleyi, kendi eğitim ihtiyaçlarınız için veya araştırma kaynağınıza, bu arzın ticari amaçlarla kullanılmaması koşuluyla bireysel olarak sağlamak için kullanabilirsiniz. Yayınlanan makaleyi İCD'nin izni olmadan bir web sitesinde yayınlamayamazsınız.

İCD'nin Ana Konuları

Medya Çalışmaları
Gazetecilik
Halkla İlişkiler
Pazarlama İletişimi
Reklam Çalışmaları
Dijital Kültür
İletişim Çalışmaları
Radyo Televizyon Programcılığı
Radyo Televizyon Haberciliği
Film Çalışmaları
Sağlık İletişimi
Görsel İletişim Tasarımı
Uygulamalı İletişim
Yeni (Dijital) Medya
Televizyon ve Sinema
Siyasal İletişim
Kültürlerarası İletişim
İletişim ve Kültür

Yayın Dili

Türkçe ve İngilizce

Makale Gönderimi

Makale gönderimi dergipark üzerinden <https://dergipark.org.tr/tr/pub/icd> adresine gönderilmelidir.

İletişim

İstanbul Aydın Üniversitesi

İstanbul – Turkey

e-mail: icd@aydin.edu.tr

Tel: +90212 4441428 –

THE JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES (İCD)
(ISSN: 2149-486X)(E-ISSN: 2717-8617)

Focus and Scope

The aim of the Journal of Communication Studies is to create a source for academics and scientists who are doing research in the media, and communication studies that feature formally well-written quality works. And also create a source that will contribute and help developing the fields of study. Accordingly, the Journal of Communication Studies' intentions are on publishing articles and scientific Works, guided by a scientific quality sensibility. In this context, the Journal of Communication Studies is qualified as a national peer-reviewed journal published in April and in October twice a year. The Journal of Communication Studies is a publication organ of Istanbul Aydın University Faculty of Communication. The Journal of Communication Studies is a peer-reviewed journal that publishes articles both in Turkish and English since 2015. Articles in fields such as media, studies, journalism, public relations, marketing communication, advertisement studies, digital culture, communication studies, radio and television studies, broadcast, film studies, health communications, visual communication, applied studies, new media, television and cinema, political communication, intercultural communication, communication and culture are published in The Journal of Communication Studies.

Index

Dergipark, Asos

Publisher

İstanbul Aydın University, TURKEY

Peer Review Process

The editorial board peruses the submitted material with regard to both form and content before sending it on to referees. They may also consider the views of the advisory board. After the deliberation of the editorial board, submitted material is sent to two referees. In order for any material to be published, at least two of the referees must approve it. The revision and improvement demanded by the referees must be implemented in order for an article to be published. Authors are informed within three months about the decision regarding the publication of their material. All the papers are controlled academically with the TURNITIN or/and IThenticate program.

Publishing Period

The Journal of Communication Studies is published three times a year in January, May and September. Authors can send their articles at any time. The articles

whose evaluation process is completed are published taking into consideration the arrival date.

Open Access Policy

The Journal of Communication Studies adopted a policy of providing open access. This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author. This is in accordance with the BOAI definition of open access.

Publication Charge

No publication charge or article processing charge is required. All accepted manuscripts will be published free of cost.

Principles of Research and Publication Ethics

In scientific papers sent to the Journal of Communication Studies, the guidelines related to the Scientific Research and Publication Ethics of Higher Education Institutions, the recommendations of the International Committee of Medical Journal Editors and the International Standards for the Authors and Authors of the Committee should be taken into attention. Plagiarism, forgery in the data, misleading, repetition of publications, divisional publication and individuals who do not contribute to the research among the authors, are unacceptable practices within the ethical rules. Legal actions will be taken in case of any ethical irregularity related to this and similar practices.

a) Plagiarism: Placing the original ideas, methods, data, or works of others, partly or completely, without making reference to the scientific rules, is dealt with in the context of plagiarism. In order to avoid plagiarism, the authors should refer to the scientific rules in the appropriate manner and should pay attention to the references of all scientific papers in their research.

b) Forgery of Data: The use of data that does not exist or is modified in scientific research is data in the scope of forgery. Authors should analyze their data in accordance with ethical rules and without exposing them to a change in validity and reliability during the process.

c) Detortion: Changing the records or data obtained from the study, showing the devices or materials that are not used in the research as used, changing or shaping the research results according to the interests of the people and organizations, supported are considered within the scope of distortion. The authors should be honest, objective and transparent in the information they provide in relation to the research process. They should avoid violating the rules of ethics.

d) Repetition: Presenting the same publication as separate publications without referring to the previous publications are considered within the scope of repetition of publications. The responsibility of the publications submitted for evaluation belongs to the authors. The authors should refrain from repeating their research and they should pay attention to submit their original research.

e) Divisional Publication: The results of a research are discussed in the scope of dissemination and disseminating the results of the research in a way that disrupts the integrity of the research and disseminating it in more than one way, and publishing these publications as separate publications. The authors should consider the integrity of the research and avoid the divisions that will affect the results.

f) Authorship: Neither the inclusion of people who do not contribute to the research nor not to include people who have contributed is accepted within the scope of unfair writing. All authors should have contributed sufficiently to the planning, design, data collection, analysis, evaluation, preparation of the research and finalization of the research.

Plagiarism Policy

The Journal of Communication Studies requires all authors to adhere to the ethical standards as prescribed by the Committee on Publication Ethics (COPE) which take privacy issues seriously and is committed to protect your personal information

Articles must be prepared according to the draft article and sent together with similarity report. Articles with more than 15% similarity rate will not be accepted.

Copyright

The journal allows the author(s) to hold the copyright without restrictions and will retain publishing rights without restrictions. The submitted papers are assumed to contain no proprietary material unprotected by patent or patent application. The authors have responsibility for technical content and protection of proprietary materials solely with the author(s) and their organizations and the author is not responsible for the Journal of Communication Studies or its Editorial Staff. The main (first/corresponding) author is responsible for ensuring that the article has been seen and approved by all the other authors. It is the authors' responsibility to obtain all necessary copyright permissions of release for the use of any copyrighted materials stated in the manuscript prior to the submission.

The Rights of the Author

It is important to check the policy for the journal to which you are submitting or publishing to establish your rights as Author. The Journal of Communication Studies's standard policies allow the following re-use rights:

The journal allows the author(s) to hold the copyright without restrictions. The journal allow the author(s) to obtain publishing rights without restrictions. You may use the published article for your own teaching needs or to supply on an individual basis to research colleagues, provided that such supply is not for commercial purposes. You may not post the published article on a website without permission from ASD.

Main Topics of the Journal of Communication Studies

Media Studies
Journalism
Public relations
Marketing Communication
Advertisement Studies
Digital Culture
Communication Studies
Radio and Television Studies
Broadcast
Film Studies
Health Communications
Visual Communication
Applied Studies
New Media
Television and Cinema
Political Communication
Intercultural Communication
Communication and Culture

Publication Language of the Journal of Communication Studies

Turkish and English

Article Submission

Manuscripts should be sent to dergipark <https://dergipark.org.tr/tr/pub/icd>

Contact

İstanbul Aydın University

İstanbul – Turkey

e-mail: icd@aydin.edu.tr

Tel: +90212 4441428 –

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

ISSN : 2149-486X e - ISSN : 2717-8617 CİLT 9 SAYI 1 Ocak 2023

İçindekiler - Contents

Araştırma Makalesi / Research Article

FARKLILAŞMA VE MARKA SADAKATI STRATEJİSİ OLARAK ABONELİK İŞ MODELİ 'HEPSİBURADA PREMIUM' ÖRNEĞİ <i>Ahsen YALIN</i>	1
EKONOMİ POLİTİK PERSPEKTİFTEN THE BATMAN FİLMİNİN ANALİZİ <i>Kerim Eser AFŞAR</i>	21
MÜCBİR SEBEP Mİ, BAHANE Mİ? POLİTİK DOĞRUCULUK ÇAĞINDA SİNEMATİK ŞİDDETİ GEREKÇELENDİRMEK <i>Mehmet KÖPRÜ</i>	45
FREUDYEN KARAKTER ÇÖZÜMLEMESİNİN "EZEL" DİZİSİ "CENGİZ ATAY" TİPLEMESİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ <i>Mevlüt Can KOÇAK, Olgun KÜÇÜK</i>	65
BELGESEL FİMLERDE SINIFLANDIRMA SORUNU: "HONEYLAND" ve "LIVING ON ONE DOLLAR" FİMLERİNİN ETNOGRAFIK ÇÖZÜMLEMESİ <i>Simge Nur BABALIK, Devrim İNCE</i>	91

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi

ISSN: 2149 - 486X e - ISSN: 2717-8617

Cilt 9 Sayı 1 Ocak - 2023

GENEL DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006

İCD CİLT 9 SAYI 1 DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/2023.901

İLİŞİM: <https://icd.aydin.edu.tr/tr/2023-ocak-cilt-9-sayi-1/>

İCD OCAK 2023 DOI NUMARALARI

Araştırma Makalesi / Research Article

FARKLILAŞMA VE MARKA SADAKATI STRATEJİSİ OLARAK ABONELİK İŞ MODELİ 'HEPSİBURADA PREMIUM' ÖRNEĞİ

Ahsen YALIN

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v09i1001

EKONOMİ POLİTİK PERSPEKTİFTEN THE BATMAN FİLMİNİN ANALİZİ

Kerim Eser AFŞAR

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v09i1002

MÜCBİR SEBEP Mİ, BAHANE Mİ? POLİTİK DOĞRUCULUK ÇAĞINDA SİNEMATİK ŞİDDETİ GEREKÇELENDİRMEK

Mehmet KÖPRÜ

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v09i1003

FREUDYEN KARAKTER ÇÖZÜMLEMESİNİN "EZEL" DİZİSİ "CENGİZ ATAY" TİPLEMESİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

Mevlüt Can KOÇAK, Olgun KÜÇÜK

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v09i1004

BELGESEL FİLMLERDE SINIFLANDIRMA SORUNU: "HONEYLAND" ve "LIVING ON ONE DOLLAR" FİMLERİNİN ETNOGRAFİK ÇÖZÜMLEMESİ

Simge Nur BABALIK, Devrim İNCE

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v09i1005

EDİTÖRDEN

Sevgili İletişim Çalışmaları Dergisi Okuyucuları,
ICD'nin, Ocak 2023 Cilt 9 Sayı 1 yayınımları sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. Dergimizin yayınlanan bu sayısında detaylı ve şeffaf hakem süreci sonrasında kabul edilen toplam 7 yazarın 5 araştırma makalesi bulunmaktadır. Sevgili okurlar, daha detaylı bilgi almak, öneri ve görüşleriniz paylaşmak ya da eserlerinizi yayımlatmak için gönderimlerinizi lütfen aşağıdaki e-posta adresine iletin.

Bizlere icd@aydin.edu.tr adresinden ulaşabilirsiniz.

İletişimde kalmak ve bir sonraki sayımızda buluşmak umudu ile.
Saygılarımla.

Dr. Öğr. Üyesi Veli BOZTEPE
İstanbul Aydın Üniversitesi
Florya Kampüsü 34295
İstanbul, TÜRKİYE
Tel: +90 212 4441428
e-mail: veliboztepe@aydin.edu.tr
URL: <http://icd.aydin.edu.tr>

FARKLILAŞMA VE MARKA SADAKATI STRATEJİSİ OLARAK ABONELİK İŞ MODELİ ‘HEPSİBURADA PREMIUM’ ÖRNEĞİ

Ahsen YALIN

Giresun Üniversitesi, Türkiye

ahsen.yalin@giresun.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-8712-7076>

<i>Atf</i>	Yalın, A. (2023) FARKLILAŞMA VE MARKA SADAKATI STRATEJİSİ OLARAK ABONELİK İŞ MODELİ ‘HEPSİBURADA PREMIUM’ ÖRNEĞİ. İletişim Çalışmaları Dergisi, 9 (1), (1-20)
------------	---

Geliş tarihi / Received: 05.08.2022

Kabul tarihi / Accepted: 07.11.2022

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v09i1001

ÖZ

İşletmeler genel olarak yerel ölçekte başladıkları ticari yapılanmalarını küresel olma hayaliyle sürdürürlerken, diğer taraftan da sürdürülebilir rekabet için müşterileriyle kişiselleştirilmiş iletişim kurmanın yollarını aramaktadırlar. Bu amaçla geliştirilen çoğu pazarlama stratejisinin rakipler tarafından hızla uygulanabilir olması, işletmelerin rekabet gücünü azaltan bir etkidir. Bu nedenle markalar farklılaşabilmek adına müşterilerini özelleştiren, diğer bir deyişle ürün kategorisinde yalnızca kendi müşterisi olması için müşteri sadakati yaratmayı amaçlayan abonelik uygulamaları geliştirmektedir. Uzun zamandır var olan ve pek çok marka tarafından kullanılan abonelik uygulamasından beklenen verimliliğin elde edilememiş olması, stratejinin yeniden yorumlanarak abonelik iş modeline dönüşmesine neden olmuştur. Farklılaşma seçeneklerinden birisi olarak bu strateji ile amaçlanan; müşteri içgörülerini öğrenerek beklentiyi karşılama ve memnuniyet oranını artırarak rekabet avantajı elde edebilmektir. Diğer bir deyişle, öncelikli olan müşteri sayısını arttırmak değil, sadık ve kârlı müşterilerle sürdürülebilirliği sağlamaktır. Uygulamanın müşterideki karşılığı ise sunulan avantajlarla artı değer elde etmek, bireysel ve özel hissetmek, nispeten iletişim karmaşasından kurtulmak ve ayrıcalıklı konuma sahip olma arzusudur. Söz edilen kapsamda çalışmanın amacı; abonelik iş modeli uygulamasının incelenmesi ve

e-ticaret sektöründe faaliyet gösteren Hepsiburada markasının Premium üyelik uygulamasıyla örneklendirilmesidir. Çalışmada içerik analizi kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; marka uygulamayla müşteriye (4P) ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtımla ilgili yeni seçenekler sunarak artı değer yaratmaktadır. Öte yandan bu uygulama ile işletme; aylık sabit ödemeli abonelikle düzenli gelir akışı sağlamayı ve etkin iletişimle de mevcut ve potansiyel sadık müşterileri ömür boyu müşterilere dönüştürmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Müşteri İlişkileri Yönetimi, Marka Aboneliği, Rekabet, Farklılaşma, Sadakat.*

SUBSCRIPTION BUSINESS MODEL AS A DIFFERENTIATION AND BRAND LOYALTY STRATEGY THE EXAMPLE OF 'HEPSIBURADA PREMIUM'

ABSTRACT

The marketing strategies, which can be implemented quickly by brands, are a factor that reduces the competitiveness of businesses. For this reason, brands develop a subscription, that makes their customers special in order to differentiate, in other words, aiming to create customer loyalty so that they are only their own customers in the product area. As one of the differentiation options, it is aimed with this strategy; meeting the expectations by learning customer insights and gaining competitive advantage by increasing the satisfaction rate. In other words, the priority is not to increase the number of customers, but to ensure sustainability with loyal and profitable customers. The customer's response to the application is the desire to gain added value with the advantages offered, to feel individual and special, to avoid the communication confusion and to have a privileged position. In the aforementioned scope, in this study, the Hepsiburada Premium membership application of the Hepsiburada online shopping site operating in the e-commerce sector has been examined by content analysis method. According to the finding; the brand creates added value by offering the customer (4P) new options regarding product, price, promotion and place. On the other hand, with this application, the business aims to provide a regular. Income stream with a monthly fixed payment subscription and to convert existing and potential loyal customers into lifetime customers with effective communication.

Keywords: *Customer Relationship Management, Brand Subscription, Competition, Differentiation, Loyalty.*

GİRİŞ

Müşteri İlişkileri Yönetimi işletmelerin tüketiciyle iletişim kurma sistemini tanımlamaktadır. Pazarda arzın artması işletmelerin rekabet koşullarını zorlamakta, bu nedenle işletmeler teknolojiyi de kullanarak yeni, işlevsel, müşteri merkezli ve daha yaratıcı rekabet stratejileri geliştirmeye odaklanmaktadır. Tarihsel olarak bakıldığında arzın yetersiz, talebin fazla ve teknolojinin zayıf olduğu dönemlerden bugüne kadar olan müşteri anlayışındaki değişimin, her evrede müşterinin lehine değiştiği görülür. Başka bir ifadeyle kabaca küreselleşmenin yaygınlaşmasıyla kapitalist sistemler ve ticaret, kapitalizmin yaygınlaşmasıyla arz ve rekabet, rekabetin artmasıyla teknolojinin ticaret üzerindeki etkisi çoğalmış ve nihayetinde bu süreç hedef kitle konumundaki müşteriye marka seçme özgürlüğünü kazandırmıştır.

Pazarlama iletişimi, 'iletişim' bağlantısı nedeniyle yalnızca tutundurma bileşenini kapsıyor gibi görünse de diğer 3P'yi temsil eden ürün, fiyat ve dağıtım bileşenlerinin de tüketici ile iletişim kurmadaki rolünün yadsınmaması gerekir. Ancak diğer yandan ürün, fiyat ve dağıtımla ilgili yapılanların da tüketiciye etkili duyurumu yapılamadığı sürece bir anlam kazanmayacağı gerçeği de göz ardı edilmemelidir. Tutundurma bileşeni, işletmenin müşteriyle bağ kurma seçeneklerindeki tercihini ifade eder. Buna göre işletmeler reklam, halkla ilişkiler, sponsorluk vb. yöntemlerle yaratıcılıklarını sergilemekte, ancak bunlar çoğunlukla tek yönlü kitle iletişimi unsurları olarak müşterinin bireysel beklentilerini karşılayamamakta ya da içgörüsünü öğrenmeye yetmemektedir. O nedenle bireysel iletişimle müşteriye anlamak, müşteri ilişkileri yönetimi kapsamında değerlendirilmektedir. Diğer bir deyişle günümüzde işletmelerle müşteriler arasındaki iletişimi müşterilerin ihtiyaç, istek ve beklentileri belirlemekte, buna göre müşteri ilişkileri yönetiminde doğru yöntemlerle özelleştirilen (özel hissettirilen, kişiselleştirilen) müşterilerin kazanımı ve rekabette başarıyı sağlamak mümkün olabilmektedir.

Markalar, her geçen gün müşterilerini daha iyi tanımak ve anlamak adına teknolojinin de yardımıyla yeni stratejiler, sadakat programları geliştirmektedir. Sadakat programlarının temel amacı, oluşturulan teşvik programlarına veya belirli ürün kategorilerine duyarlı olan kullanıcıları tespit etmek, segmentlere ayırmak ve bu şekilde kaynakların daha doğru kullanılabilmesini sağlamaktır (Meyer-Waarden, 2008: 106). Son zamanlarda popüler olan bu programlardan birisi de abonelik iş modelidir. Abonelik sistemi yeni bir uygulama olmamakla beraber, uygulanma şekliyle ilgili yapılan güncellemeler sonucunda elde edilen başarılar, pek çok markayı bu strateji üzerine düşünmeye yönlendirmiştir. Bu bağlamda; çok yakın zamanda lansmanı yapılan Hepsiburada Premium örneği araştırmada örneklem olarak ele alınmış ve içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, marka; Premium aboneliğine geçmeleri halinde müşterilerine

ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtımla (4P) bağlantılı başlıklarda farklı ve önemli vaatlerde bulunmuş ve tüm bu ayrıcalıklara aylık 9.90TL ödeyerek sahip olabilmek koşulu getirmiştir. Böylece marka, sabit bir ek gelire sahip olmanın yanı sıra, sadık müşterilerini korumak ve onlara yenilerini katabilmek adına katlanacağı maliyeti anlamlı ve kârlı hale getirebilmeyi amaçlamaktadır. Başka bir ifadeyle işletme Premium abonelik modeli stratejisiyle, müşteriyle 'kazan-kazan' anlayışına dayalı bir ilişkiyle kâr potansiyeli düşük müşterileri diğerlerinden ayırarak maliyeti düşürmeyi, geliri ise arttırmayı hedeflemektedir.

PAZARLAMA VE FARKLILAŞMA

Pazarlamanın, yaşanan dönemin koşullarına göre sıklıkla kendini güncellemek mecburiyetinde olan dinamik bir yapısı vardır. Genel olarak ekonomik, politik, coğrafik, sosyolojik ve teknolojik değişimlere duyarlı olmayan bir pazarlama anlayışının pazarda yer bulma ve sürdürülebilir olma şansının olmadığı bugüne kadar yaşanan örneklerden anlaşılmaktadır. Kronolojik olarak pazarlama anlayışı gözden geçirildiğinde; pazarda söz üstünlüğü arzdan talebe doğru değişirken, pazarlama iletişiminin de önem kazandığı anlaşılmaktadır. Tüketicinin zaman içerisinde ürünler, markalar, reklamlar vb. hakkında bilinçlendiğini söyleyen Walker (2010), işletmelerin bu değişime yeni stratejilerle cevap vermesi gerektiğine dikkat çekmektedir.

Günümüz tüketicisinin beklentileri arasında belki de en başta gelen özelliğin farklılaşma olduğu söylenebilir. Farklı olmanın anlamı negatif veya pozitif olarak değerlendirilmekle birlikte tıpkı 'krizi fırsata çevirmek' mottosunda olduğu gibi, pazarlama iletişiminin gücüyle negatif farklılıkların bile pozitif algıya dönüştürülmesi mümkündür. Örneğin bir şehir pazarlaması ile ilgili verilen örnek şu şekildedir: "Yıllarca, Minnesota uçulabilecek en soğuk yer olarak lanse edildi. ... Hükümetin desteğinde ve St. Paul'un sponsorluğunda ünlü kış festivalleri düzenlendi. Artık reklamlarda 'burayı seviyoruz' yazıyordu. Bir başkası da 'Minneapolis'te fazladan şeylerimiz var. Bu arkadaşlık, gurur ve tutarlılıktır' şeklinde idi." (Kotler, Haider & Rein 1993'den Akt. Aray, 2009: 88). Örnekten de anlaşıldığı üzere pazarlama iletişiminin bir işlevi de olumsuzlukların olumluya çevrilmesidir. Diğer bir deyişle yaşam seyri uzun olması beklenen bir markanın ömrü temelde 4P'de yaratacağı farklılıklarla ilgilidir. Seth Godin'in "Purple Cow" (Mor İnek) kitabından yola çıkarak Kırım (2011) tarafından yazılan "Mor İneğin Akıllısı" isimli eserinde vurgulandığı üzere, pazarda rekabetin ön koşulunu farklılaşmak oluşturmaktadır. Farklılaşmanın her şeyden önce çok sayıdaki muadili arasından tercih edilir olma gerekçesi sunduğunu ifade eden Sharp (2015: 139-161), markaların ürün, fiyat ve dağıtımla ilgili yaptıkları farklılıkların yapılan araştırmalara göre tüketiciler tarafından düşük oranlarda fark edildiğini, "renk, logo, slogan, semboller/karakterler, ünlüler ve reklam tarzları gibi"

tutundurma ve iletişim kapsamında yer alan unsurlarla oluşturulan farklılıkların ise ayırt ediciliğinin daha yüksek olduğunu ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle markalar, müşterileriyle kurdukları iletişimde yaratacakları farklılıklarla, daha belirgin olarak fark yaratma şansına sahiplerdir.

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ VE MARKA SADAKATI

Orijinal isimlendirmesiyle CRM (customer relationship management) ya da müşteri ilişkileri yönetimi (MİY) her ne kadar teknoloji bağlantılı bir yazılım programı olsa da merkezinde iletişim vardır. Diğer bir deyişle, insan metaforu kullanarak açıklamak gerekirse ‘bedeni teknoloji, ruhu ise iletişim olan bir sistem’ şeklinde tanımlanabilir. Temporal (2011: 293) müşteri ilişkileri yönetimini “*müşterinizle ortak çalışmak*” şeklinde nitelendirmektedir. Bu ortaklıkta işletme müşterinin hayatına değer katmakla, müşteri ise markaya sadakatle yükümlüdür. Bozgeyik (2005); isimden yola çıkarak müşteri ilişkileri yönetiminin ‘müşteri’, ‘ilişkiler’ ve ‘yönetim’ olarak üç bileşenden oluştuğuna ve hepsinin uyumlaştırılmasının önemine dikkat çekmektedir. Bu görüş Westley ve MacLean’in hem kişilerarası hem de kitle iletişiminin işleyişini açıklamaya yönelik ve sürece geri bildirim dâhil eden iletişim modeliyle örneklendirilebilir. Westley ve MacLean modeli iletişimi karşılıklı işleyen bir süreç olarak tanımlamakta ve geri beslemeden söz etmektedir. A kişisi C kurumu veya aktörü aracılığıyla B kişisine iletiyi aktarır. B kişisi aldığı ileti hakkındaki tepkisini C aracılığıyla ya da doğrudan A’ya iletir. Böylece iletişim karşılıklı işleyen bir süreç ve etkileşim şeklinde gerçekleşir. (Güngör, 2016: 64). Buna göre; A (iletilerin kaynağı/birim olarak MİY, İlişkileri sağlayan kişiler, araçlar), B (müşteri), C (marka-işletme/yönetim) ve X (geri bildirim/çıktılar-şikâyet, memnuniyet, beklenti vb.) ile simgelenirse, müşteri ilişkileri yönetiminin marka ile müşteri arasındaki iletişimi sağlama rolünü üstlendiği söylenebilir. Diğer bir deyişle etkin ve doğru işleyen bir müşteri ilişkileri yönetimini hem müşterilerin hem de işletmenin (markanın) beklentisini karşılayan ve memnuniyetini sağlayan bir araç olarak nitelendirmek mümkündür.

Kırım (2011); müşteri ilişkileri yönetimi için kullanılan ‘müşteri odaklılık’ kavramının Toplam Kalite Yönetimi anlayışına ait olan yanlış bir tanımlama olduğunu ve bu kavrama göre, üretilecek ürüne işletmenin karar vererek kitlesel olarak pazarlama düşüncesiyle hareket edildiğini ifade etmektedir. Kırım tarafından ‘müşteri odaklılık’ yerine önerilen kavram ise ‘müşteri merkezlilik’tir. Kırım’a göre müşteri merkezlilik “*ne üreteceğinden başlayıp, nasıl duyuracağına ve müşteriler ile nasıl kalıcı ilişkiler geliştireceğine kadar geçen tüm süreç içinde çıkış noktası olarak müşteriyi baz almak*” şeklinde açıklanmaktadır. Pek çok kaynakta söz edilen bu iki kavramın müşteri ilişkileri yönetimi bağlamında birbirinin yerine kullanılmasındaki sakıncayı vurgulamak,

'bütün kavramlar aynı' yanılığına düşmemek adına önemlidir. Bu bağlamda bu stratejiyi kullanan işletmelerin müşteri içgörülerinden yola çıkarak ve müşteri merkezli düşünerek ne üreteceğine ve müşteriyi nasıl haberdar edeceğine karar vermesi gerekir.

Rekabet koşulları zorlaşan pazardaki tüketicilerin bir bölümünü müşterisi yapmak için mücadele eden markalar, aynı zamanda onlar (tüketiciler/hedef kitle) içerisindeki en kârlı olanları seçme başarısını da göstermek zorundadırlar. Fisk'e göre (2008: 140); "Bütün müşteriler eşit değildir. İyi müşteriler ve kötü müşteriler vardır". Burada 'kötü müşteri' ile kastedilen; kârlılık oranı çok düşük ya da sıfır olan hatta işletme için zarar oluşturarak kârlı müşterilerden gelen kâr oranını da aşağıya çeken müşterilerdir. Farklılaşma ve kişiselleştirmenin önemine dikkat çeken Batı'ya göre (2017: 110) "*Tüketim mallarının kısa ömürlü olması, tüketim sürecinin uzun ömürlü olması sonucunu doğurur.*" Başka bir ifadeyle markanın müşterisiyle iyi ilişkiler kurması ya da sadık müşterilere sahip olması, sıklıkla tekrarlanan satın alma davranışıyla bir nevi işletmenin yaşam sigortası olarak değerlendirilebilir.

Yapılan güncel çalışmalara göre pandemi (Covid-19) ve yüksek enflasyonla birlikte tüketicilerin fiyat duyarlılığının arttığı, bu nedenle marka sadakatinin azaldığı anlaşılmaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre; tüketicilerin kullandığı markaları pek çok üründe değiştirdiği ve artık yeni markaları benimsediği anlaşılmaktadır. Başka bir ifadeyle markaların büyük çaba sarf ederek sadakatini kazandığı müşterilerin çoğunluğu, fiyat duyarlılığı geliştirerek başka markaları deneyimlemeyi tercih etmektedir. (Önder, 2022). Diğer bir açıdan, markaların rekabette elde ettikleri avantajları ya da sadık müşterilerini kaybetmekte olduğunu söylemek mümkündür. Koç (2002: 50), bireyin sadakatini hak eden bir nesnenin ya da davanın iki özelliğe bağlı olduğunu ifade etmektedir. Birincisi; davanın (nesnenin) bireyin ilgisini çekebilecek nitelikte olması, ikincisi ise çekilen ilginin devam ettirilebilmesidir. Öte yandan sadakat fiziksel değil, duygusal bir duygu durumunun göstergesidir. Diğer bir deyişle sadık müşteri yaratmak; verilen mesajın şeklinin müşterinin ilgisini çekebilecek nitelikte olmasına ve mesajın içeriğinin ya da vaat edilenlerin ilgiyi devam ettirmeyi sağlamasına bağlıdır. Ancak yoğun rekabetin yaşandığı bir pazarda her iki koşulu da potansiyel olarak daha iyi gerçekleştirecek rakiplerin olması, beklenen sadakatin duygusallığa dönüşmeden kaybolması riski taşımaktadır. Başka bir ifadeyle, yalnızca maddi değerler üzerinden çıkar ilişkisine dayalı kurulan marka sadakatinin devam ettirilebilmesi, sürekli yeni ve daha iyi vaatlerde bulunulmasıyla mümkün olabilir.

Müşteri sadakatinin tutumsal mı yoksa davranışsal mı olduğunu/olması gerektiğini sorgulayan Peppers & Rogers'a göre (2013: 100) "*Davranışsal sadakatin söz konusu olmadığı tutumsal sadakatin bir firmaya hiçbir finansal faydası yoktur;*

ancak tutumsal sadakat içermeyen davranışsal sadakat de sürdürülemez". Buna göre davranışsal sadakat markaya karşı duygusal bir bağ olmasını gerektirmezken, tutumsal sadakat bunun tam tersini ifade eder. Başka bir anlatımla müşterinin markaya duygusal bağ hissetmesi ve onu pek çok anlamda onaylaması satın alma davranışını sürdürülebilir kılmazken, aynı şekilde markadan elde ettiği maddi faydalar nedeniyle duyulan sadakatin de sürdürülebilir olmadığı söylenebilir. Bu nedenle önerilen, markanın hem tutumsal hem de davranışsal sadakat oluşturmak üzere strateji geliştirmesidir.

Müşteri sadakatini korumanın markaya önemli bir maliyeti olmakla birlikte, eldekini kaybederek yeni müşteri kazanmak için gerekli maliyetin çok daha yüksek olduğu bilinmektedir. Bu nedenle müşteri kaybetmemekte en önemli faktör iletişim olarak görülmektedir. 2022’de ABD’de CTP Boston tarafından 1200 kişiyle yapılan araştırmada; müşterilerle kişiselleştirilmiş iletişimin müşteri sadakati için önemine dikkat çekilmektedir ‘İnsan Merkezli Pazarlama Yaklaşımı’ olarak isimlendirilen bu araştırmalar kapsamında elde edilen sonuçlara göre; katılımcıların yüzde 64’ü kendilerini insani düzeyde anlayan ve ihtiyaçlarını karşılayan markaları tercih ettiklerini söylerken; yalnızca yüzde 35’i ortalama bir tüketici olarak davranılmasını uygun bulmaktadır. Daha önemli diğer bir veri ise katılımcıların yaklaşık yüzde 77’si kişisel düzeyde iletişim kuran markaya prim ödeyebileceğini ifade etmektedir. Yine her 10 katılımcıdan 6’sı sadakati ödüllendiren markaları, 10 kişiden 4’ü ise kendileriyle gerçek ilişki içinde olan markaları tercih edeceğini söylemektedir (CTP Boston, 2022).

Müşteri sadakati, müşterinin yakından tanınması, onun içgörüsünün doğru okunması ve tanımlanmasıyla ilgilidir. Müşteri içgörüsünü öğrenmenin pek çok yolu vardır, ancak hepsinin ortak anahtar kelimesinin ‘iletişim ve iletişim yöntemleri’ olduğu görülmektedir. Örneğin markalar tarafından gönderilen postaları insanların neredeyse hiç okumadığı bilinen bir gerçektir. Bu gerçekten yola çıkarak Hollis’in (2011: 247) verdiği örnek, tüketicilerin içgörülerini öğrenmek için farklı yöntemler olduğuna dikkat çeker: “*Alternatif bir yaklaşım ararken, birileri tüm tüketicilerin dikkat gösterdiği bir posta olduğunu fark etti. Aylık faturalar: Bilgilendirme içeriğini faturalara yerleştirerek, marka hem iletişimini kuvvetlendirdi hem de okunmayan düzenli postalardan 10 milyon dolar kâr etti.*” Örnekten de anlaşıldığı üzere müşterilerin kim olduklarını ve neyi, neden, nasıl yaptıklarını detaylı olarak bilmek gerekir. Konu ile ilgili yakın zamanlı diğer bir örnek de müşteri içgörülerini hakkında Pharmaton (multivitamin) markasının yaptığı araştırmadır. Araştırma sonucuna göre; tüketiciler bu kategorideki ürünlerden yalnızca fiziksel değil, mental yorgunluğa da destekleyici çözüm beklediklerini ifade etmişlerdir. Bu içgörü ile marka iletişim çalışmalarında ürünün bu beklentiye cevap verir nitelikte olduğuna yer vererek yapılan kampanya

sonucunda satın alma niyetinin Brand Lift metriklerinde %233'lük bir artış yakalarken, marka algısı güçlendirilen kullanıcı başına maliyette %73 oranında bir düşüş elde etmiştir. (Hekimoğlu & Sürmen, 2022).

Müşteri ilişkileri yönetimini müşteri sadakatine giden yollardan biri olarak tanımlayan Selvi'ye göre (2007); müşterilere tek tek ulaşmak ve dolayısıyla onların içinde kârlılığı yüksek olanları tespit ederek onların sadakatini kazanmak, müşteri ilişkileri yönetiminin varlığı ve başarısı ile doğru orantılıdır. Müşterilere birebir ulaşma gerekliliğinin bir diğer nedeni de onların farklı kültürlere sahip olmasıdır. Diğer bir deyişle kültürel kabulleri farklı olan müşterilerin istek ve beklentilerinin (içgörülerinin) aynı olması beklenilemez.

Aaker(2013:339);müşterisadakatinibirkorunmakalkanıgibi değerlendirmektedir. Ona göre; *“Sadık bir müşteri tabanı; giriş bariyeri, muhtemel tercihlili yüksek fiyat, rakiplerin yeniliklerine cevap verme zamanı ve zararlı fiyat rekabetine karşı siperi temsil eder.”* Başka bir ifadeyle, sadık müşterilere sahip olan markaların buldukları pazardaki özgürlük alanlarının diğerlerine göre daha geniş olduğu açıklıkla söylenebilir.

TUTUNDURMA VE ABONELİK MODELİ

Bugünün rekabet koşullarına göre, pazarlamanın temelini oluşturan 4P'den üçünün (ürün, fiyat ve dağıtım bileşenleri) -rekabette fark yaratma etkisini sürdürmesine rağmen- standartlaşmanın etkisiyle markaya ve ürün sektörüne bağlı olarak görece yetersiz kaldığı görülmektedir. Artık pek çok marka teknolojinin yardımıyla ürünlerini mükemmelleştirebilmekte, ürünlerin fiyat aralığı kendi kategorisi içerisinde birbirine yaklaşmakta, hemen hemen her ürün dünyanın çoğu yerinde bulunabilmekte ya da temin edilebilmektedir. Böylece, dördüncü P'yi temsil eden tutundurmanın farklılaşmakta öne çıkan unsur olduğu söylenebilir. Ancak, her şeye rağmen bütünleşik pazarlama iletişimi kapsamında, pazarlama ve iletişime dair unsurların birleşiminin ideal dengesinin, ürünün niteliklerine göre değişkenlik göstererek başarı sağlayabileceğini de vurgulamak gerekir.

Son zamanlarda, geliştirilerek bir farklılaşma stratejisi olarak kullanılan abonelik iş modeli stratejisi yeni bir yapılanma ile markalar tarafından kullanılmaktadır. Müşteri ilişkileri yönetimi kapsamında uygulanan abonelik stratejisi pek çok yararın yanı sıra, müşteriyi çok daha yakından tanıyarak müşteri içgörülerini öğrenebilme amacı taşımaktadır. Stratejinin kendisi de bir ürün olarak değerlendirildiğinde; farklılaşmanın 4P bileşeni üzerinde yapılandırıldığı anlaşılmaktadır. Buna göre; abonelik iş modeli stratejisi müşterisine abonelik alması halinde fiyat, dağıtım, duyurum ve ürünlerle ilgili avantaj sunmayı vaat etmektedir. IBM Institute (2022) tarafından 'Abonelik İş Modeli' olarak isimlendirilen bu strateji ürün satmaktan çok uzun vadeli müşteri ilişkileri

kurmakla ilgilidir. Bu sistemle şirketler, stratejilerini müşterilerinin gözünden değerlendirerek onlara daha başarılı teklifler sunabilir. Abonelik iş modeli, işletmeyi tek seferlik satışlardan ömür boyu sadık müşterilere ulaştırır.

Burada söz edilen abonelik sistemi, şirketlerin yıllardır uyguladıkları abonelik sisteminden çok daha gelişmiş bir durumu hatta yepyeni bir iş modelini ifade etmektedir. Şirketlerin hali hazırda uyguladıkları abonelik uygulamaları (örneğin uçuş mili kazandıranlar), müşterilerinden ek ödeme talep etmemekle birlikte, genellikle müşterilerinin daha çok alış veriş yaparak puan kazanmasını şart koşan, bunu bir bilmeceye çeviren ve ödülle ulaşılsa bile ödülün kullanılması için de ayrıca şartlar sıralayan adeta çileli bir yolu önermektedir. Oysa abonelik iş modeli, müşterisinden her ay belirli bir ücret talep etmekte, böylece hem ek gelir elde etmekte, hem de vaat ettiği artı değerlerle ve bu değerlere koşulsuz erişimi mümkün kılarak müşterinin markadan uzaklaşmamasını sağlamaktadır. Müşterilerine abonelik iş modeli sunan işletmeler, yalnızca mevcut müşterilerini değil yeni müşterilerini de avantajlı tekliflerle potansiyel ömür boyu müşterilere dönüştürebilmektedir. Yeni abonelik modeline göre; marka aboneliği bulunan müşterilerle yapılan araştırmada abonelerin yüzde 64'ü abonesi oldukları markaya daha fazla bağlılık gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Söz edilen sistemin başarı değerlemesi “abone sayısı, aylık aktif kullanıcılar, kullanıcı başına ortalama gelir, yıllık yinelenen gelir, kayıp ve elde tutma oranları, müşteri edinme maliyeti ve müşteri yaşam boyu değeri gibi ölçütlere göre yapılmaktadır” (IBM Intitute, 2022).

Yeni ve farklı bir uygulama olan abonelik iş modeli, bütünlük olarak tutundurma bileşenlerini kullanmakta; böylece müşterilere ek kazanç elde etme hissi vererek sadakatleri karşılığında alabilecekleri faydayı yükseltmekte, müşterilerse kendileriyle kişisel olarak bağ kurulmasıyla beklentileri doğrultusunda hatta beklentilerinin ötesinde hizmet alabilmektedir. Öte yandan; bu sistemle işletmeler de var olan ve eklenen yeni sadık müşterilerle daha isabetli planlama yapabilmekte, bireysel olarak her müşterinin beklentilerine uygun hizmet sunarak maliyeti düşürüp kârı arttırabilmekte, diğer bir deyişle sürdürülebilir ve rekabet edebilir marka olma avantajını elde edebilmektedir.

ARAŞTIRMA

Son zamanlarda özellikle bankacılık ya da online alışveriş perakende markaları gibi dijital platformlar aracılığıyla satış yapan işletmelerin, farklılık ve müşteri sadakati arayışında da dijital ve müşteri ilişkileri yönetimi temelli çözümler geliştirme çabaları dikkat çekmektedir. İşletmeler, müşterilerin tereddüt yaşadığı güvenli ödeme sorunu başta olmak üzere, hem sorunlar hem de sadakat sağlamak adına stratejiler geliştirmekte ve farklılıklarını anlatabilmek için de pa-

zarlama iletişimi prensiplerini güncellemektedirler. Bu gelişmeler doğrultusunda araştırmanın konusu 'Farklılaşma ve Marka Sadakati Stratejisi Olarak Abonelik İş Modeli Hepsiburada Premium Örneği' olarak belirlenmiştir.

YÖNTEM, EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırma yöntemi olarak; içerik analizi ve konu ile ilgili yoğun bilgi ve araştırmaya dair uygun verileri sağlayan örneğin ele alındığı 'yoğunluk örnekleme' (Baltacı, 2018, 248) kullanılmıştır. Başka bir ifadeyle yoğunluk örnekleme, araştırma için en fazla veriye sahip olan materyalin kullanımını ifade eder. Bu doğrultuda abonelik iş modelini uygulayan işletmeler evren; abonelik iş modelini Türkiye'de hayata geçiren Hepsiburada Premium aboneliği uygulaması ise örneklem olarak seçilmiştir. Markanın farklılaşma ve sadakat kazanma adına kullandığı tercihlerin Hepsiburada Cüzdanım Uygulaması, Hepsiburada Efsaneler Kulübü Uygulaması ve Hepsiburada Premium Uygulaması olduğu görülmektedir. Uygulamalar sırasına göre incelendiğinde, bir öncekinin geliştirilmiş haliyle sonrakine dönüştürüldüğü anlaşılabilir. Premium uygulamasının diğerlerinden oldukça farklılaştığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle, abonelik iş modeline uygun olarak tasarlanmış olan 'Premium' uygulamasının, 'yalnızca abonelik' seçeneğine göre farkı ve sunduğu ayrıcalıklar, 4P (ürün, fiyat, tutundurma, dağıtım) bütünleşik pazarlama bağlamıyla farklılaşma ve sadakate yönelik olarak incelenmektedir.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Pazarda var olmak veya pazar payını arttırmak için rekabet eden markalar bunun için yeni stratejiler geliştirmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'de bu stratejilerden birisi olan marka abonelik modelini çok yakın zamanda uygulamaya geçiren 'Hepsiburada Premium aboneliği' örneklem olarak seçilmiş ve uygulamanın duyurumu için kullanılan web sayfası (Premium sekmesi) içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Buna göre araştırmanın amacı, abonelik iş modeli stratejisini müşteri ve işletme açısından incelemek, stratejinin bilinen eski abonelikten farklılıklarını ve avantajlarını ortaya koymak ve stratejinin, rakiplerden farklılaşma ve sadakat oluşturmakla ilgili değerlendirmesini yapabilmektir. Bu kapsamda cevap aranan temel araştırma soruları aşağıda sıralandığı gibidir:

- Hepsiburada Premium aboneliği müşteriye ve işletmeye ne kazandırmaktadır?
- Bir farklılaşma ve sadakat oluşturma stratejisi olarak Hepsiburada Premium abonelik uygulaması abonelik iş modeli ile uyumlu mudur?
- Hepsiburada markasının daha önce kullandığı uygulamaların müşteriler tarafından 'Şikâyet Var'a yansıtılan mesajlara göre, beğenilmeyen ya da eksik bulunan özelliklerini yeni uygulama telafi edebilmekte midir?

VERİLER VE BULGULAR

Araştırma verileri; Hepsiburada web sayfası, Premium Üyeliği segmesinde yer alan içerikten elde edilmiştir.

Tablo 1: Tanımlayıcı Kodlar

Kodlar	Uygulamalar
	Abonelik
HA	Hepsiburada Premium
HP	Yarın Kapıda Uygulaması
D1	Hemen Kapıda Uygulaması
D2	Randevulu Teslimat Uygulaması
D3	Kapıda İade Uygulaması
D4	Lastik Kapıda Servisi
M1	Mobilya Montajı Servisi
M2	Fixpack Onarım Paketi
M3	Kargo Bedava
F1	Abonelik fiyatı
F2	Blu TV Üyeliği
T1	%3 Hepsipapel Kazancı
T2	Çağrı Merkezine Bağlanma Önceliği
T3	

Tablo 1’de örnekleme ait uygulamaların her birisine bir kod verilmiştir. Buna göre; yalnızca Hepsiburada aboneliği HA, Hepsiburada Premium aboneliği HP, dağıtımla ilgili düşünülen uygulamalar D, mal/ürün ile ilgili olan uygulamalar M, fiyat ile ilgili uygulamalar F ve tutundurma ile ilgili bulunan uygulamalar da T olarak kodlanmıştır.

Tablo 2: 4P-Avantajlar/Farklar

4P	Temalar - Uygulamalar	
	HA	HP
Dağıtım	D1 - ücretsiz	D1 - ücretsiz
	D2 - ücretli (18,90TL)	D2 - ücretsiz
	D3 - ücretli (19,99TL)	D3 - ücretsiz
	D4 - ücretsiz	D4 - ücretsiz
Mal/Ürün	M1 - ücretli (259TL)	M1 - ücretsiz (İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli, Antalya, Manisa)
	M2 - ücretli (ort.550TL)	M2 - ücretsiz
	M3 - ücretli (ort.537TL)	M3 - %50 indirimli
Fiyat	F1 - ücretli	F1 - ücretsiz (25 TL ve üzeri)
	F2 - ücretsiz	F2 - ücretli (aylık 9.90TL)
Tutundurma/Promosyon	T1 - ücretli (aylık 34,90TL)	T1 - ücretsiz (hediye)
	T2 - yok	T2 - var
	T3 - yok	T3 - var

Kaynak: (<https://www.hepsiburada.com/premium>)

Elde edilen bulgulara göre; markanın, online satış yapan ve geniş ölçekte hizmet veren bir işletme olarak müşterilerine hızlı ve onların istediği zamanda ürün teslimatı/iadesi seçeneği sunarak farklılaşmayı, bunu da Premium uygulamasıyla ücretsiz hale getirerek sadakat yaratmayı amaçladığı düşünülmektedir. Diğer bir ifadeyle marka son abonelik modeliyle, dağıtım stratejisi olarak müşterilerine seçenekler sunmakta ve seçeneklerin tümünde ücret talep etmeyerek onlara diledikleri yer ve zamanda ürün teslimi ve iade ayrıcalığı tanımaktadır.

Hepsiburada markasının, online perakende hizmeti veriyor olmasının doğası gereği; sattığı ürünler, çok sayıdaki farklı markalardan oluşmaktadır. Bu bağlamda; temel prensipleri olmakla beraber, marka ürün imalatından sorumlu değildir. Diğer bir deyişle Hepsiburada markası, web sayfası aracılığıyla satılan somut ürünler üzerinde değil, hizmet işletmelerince tercih edilen servis hizmeti vasıtasıyla farklılaşma stratejisi geliştirmiştir. Buna göre; Premium uygulamasında Hepsiburada'dan alınan lastiklerin müşterinin kapısında montaj hizmeti (belirli şehirlerde) ücretsiz olarak sağlanmakta, yine Hepsiburada alışveriş sitesinden alınan mobilyaların montajı ücretsiz olarak yapılmakta ve henüz uygulaması başlamamış ama vaat edilen fixpack onarım servisi %50 indirimli olarak duyurulmaktadır. Ekonomik koşulların zorlaştığı bir dönemde Premium aboneliğinin lansmanını yapan online perakende markası, bu durumla ilintili olarak (25TL ve üzeri alışverişlerde) ücretsiz kargo uygulaması yaparken, fiyat duyarlılığını dağıtım ve ürün kategorisinde de göstermiş, ancak sunmuş olduğu ayrıcalıkları da aylık 9.90TL ödeme şartına bağlayarak müşteri sadakatinin devamını sağlamayı amaçlamıştır. Bu tür aylık bir ücret talebi diğer rakip markalarda (henüz) bulunmamaktadır. Bu uygulama, abonelik iş modelinde var olan bir özelliktir. Diğer taraftan, Premium abonelik uygulamasıyla kargo ücretinin kaldırılması müşteri için alışveriş yaparken zamana ve miktara bağımlılık zorunluluğunu da minimuma indirmeyi sağlamıştır. Tutundurma/promosyon bileşenine bağlı olarak sunulan ayrıcalığa göre, içerikleri reklamsız izlenebilen dijital televizyon Blu TV'nin ücretsiz olarak izlenmesine olanak sağlanmakta, alışverişe bağlı olarak alt ve üst limitlere göre %3 hepsipapel ek kazanç vaat edilerek fazladan bir şey kazanma hissi yaşatılmakta ve çağrı merkezine ulaşmak isteyen müşterilere de tıpkı banka uygulamalarında örnekleri görüldüğü üzere, iletişim önceliği ayrıcalığı tanınmaktadır. Genel olarak ifade etmek gerekirse, Hepsiburada Premium uygulamasının kendisi ya da başka markalarda önceden var olan özellikleri birleştirerek bunları vaat etmesinin yanı sıra, markanın ek olarak TV aboneliği, servis hizmetleri gibi yenilikler ve avantajlar da sunduğu anlaşılmaktadır.

ARAŞTIRMA SORULARI HAKKINDA TESPİTLER

Araştırma sorularından ilki olan 'Hepsiburada Premium aboneliği müşteriye ve işletmeye ne kazandırmaktadır?' sorusuna müşteri ve işletme açısından ayrı ayrı bakmak gerekir. Buna göre, öncelikle uygulamaya abone olmakla müşteriler maddi avantajlar elde etmekte; alışveriş miktarına bağlı olarak artı para ödülü kazanmakta, sipariş teslimini ve iade işlemini kendi istediği yerde ve zamanda gerçekleştirmekte, yine zaman ve paraya mal olan bazı servis hizmetleri alabilmekte ve muhatap bulma konusunda önceliğe sahip olabilmektedir. Blu TV aboneliğinden ücretsiz olarak yararlanılabilmesi aynı zamanda müşteriye ücretsiz ve

dilediği yer/araçtan boş zaman aktivitesi elde etme avantajını, diğer bir deyişle günümüz eğlence koşullarına ve anlayışına uygun (bireysel ve mekâna bağlı olmayan) bir seçeneği de sunmaktadır.

Premium abonelik koşullarına göre, müşterinin Hepsiburada abonesi olması ön koşuldur. Bu durum, Premium abonelik için öncelikle mevcut müşteriye seslendirildiğini düşündürmektedir. Ayrıca Premium abonelikten ayrılmanın süre şartına bağlı olmaması, başka bir ifadeyle istenildiği zaman üye olurken sağlanan kolaylık kadar aboneliğin sonlandırılmasının da kolayca yapılabilmesi de müşteri için pozitif bir etken olarak yorumlanabilir. Müşteriler, kendilerini mecbur kılarak hapsedilmiş hissi yaratan abonelik modellerini benimsememektedir.

Premium aboneliğinin müşteriye azımsanmayacak ölçüde maddi avantaj sağladığı, (müşterinin) kendini önemli, özel ve ayrıcalıklı hissetmesine yardımcı olduğu, üstelik tüm bunlara küçük bir (aylık 9.90TL) ödeme karşılığında sahip olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan bir şeye (örneğin aboneliğe) ücret ödenmesi de daima olumsuzluk olarak görülmemeli, bu durumun değer algısı ve aidiyet hissi yaratması nedeniyle ayrıcalığı pekiştirdiği de göz ardı edilmemelidir.

Hepsiburada Premium aboneliği işletme açısından değerlendirildiğinde, işletmenin ürettiği ve/veya sattığı ürünleri, stok yönetimini ve tutundurma bütçesini müşteri istek ve beklentilerine (içgörüsüne) göre düzenlemesiyle, hem kendi adına maliyet düşürme avantajı yaratması hem de dünya adına doğru kaynak kullanımına katkı sunması mümkün olabilir. Böylece işletme abonelik fiyatlandırma stratejisiyle hem gelir elde eder, hem de müşterilerde sadakat oluşturmayı mümkün hale getirir. Abonelik iş modeli sistemi öngörülebilirliği arttırarak stratejilerde yenilik ve değişim yapabilme diğer bir deyişle müşteriye hızlı ve ihtiyaca göre teklif sunabilme esnekliği sağlar. Marka, sadık müşteri sayısını arttırarak mevcut markayı büyütme ya da farklı yatırımlara da yönelme olanağı elde edebilir. Bunun yanı sıra işletmenin müşteriyle iletişimini mükemmelleştirebilmek için teknolojik alt yapıyı ve insan kaynaklarını geliştirmeye yatırım yapması, diğer bir deyişle maliyete katlanması gereklidir. Modeli uygulayan işletmelerin bu tür ek maliyet ve müşterilerini ikna etme süreçlerinde bazen maliyetlerin geliri aştığı görülmekle birlikte, ilerleyen süreçte maliyetlerin düşmesi ve gelirlerin artması sonucuyla karşılaşıldığı görülmektedir (IBM Intitute, 2022: 4). IBM Institute 2022 raporunda yer alan örneğe göre, 2013 yılında Adobe markası yazılım paketleri satmaktan SaaS (kullandıkça ödeme olanağına sahip yazılım sağlama modeli) abonelikleri satmaya geçmiş ve 5 yıl içerisinde şirket, yıllık 200 milyon dolarlık gelirden 5 milyar dolar üzerinde gelire ulaşmıştır.

İkinci olarak; 'Bir farklılaşma ve sadakat oluşturma stratejisi olarak Hepsiburada Premium abonelik uygulaması, abonelik iş modeli ile uyumlu mudur?' sorusu, iki

uygulamanın karşılaştırması ile ilgilidir. Buna göre; çok uzun bir süredir pek çok markanın abonelik uygulamasına yer verdiği, ancak bu aboneliklerde en önemli vurgunun ‘ücretsiz’ abonelik ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Oysa Hepsiburada Premium aboneliği ile abonelik iş modeli uygulaması karşılaştırıldığında en önemli ortak nokta, her ikisinde de aboneliğin belirli bir sabit ücret ödemesiyle yapıldığıdır. Araştırma örnekleminde ve diğer örneklerden anlaşıldığı üzere; söz konusu abonelik ücreti düşük bir meblağ olmasına rağmen, markaya öncelik tanınması diğer bir deyişle sadakat duyulması için önemli bir fark yaratmaktadır. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, her iki uygulamada da ek maliyete sadık müşteriler için katlanılması amaçlanmakta, böylece işletmenin elde edilecek kârı ve müşteri memnuniyetini maksimize etmesi beklenmektedir.

Son olarak ‘Hepsiburada markasının daha önce kullandığı uygulamaların müşteriler tarafından ‘Şikâyet Var’a yansıtılan mesajlara göre, beğenilmeyen ya da eksik bulunan özelliklerini yeni uygulama telafi edebilmekte midir?’ sorusu için Şikâyet Var sitesindeki örneklem markayla ilgili ‘marka karnesi sayfası’ incelenmiştir. Hepsiburada markasına ait Şikâyet Var sitesinin marka karnesi bölümünde bulunan bilgilere göre; marka 12 yıldır adı geçen şikâyet paylaşımı sitesine üye olup şikâyetleri cevaplama oranı %100, cevaplama süresi ise ortalama 11dk 2sn, son 1 yılda müşteri memnuniyeti 3,3/5 olarak ölçülmüştür (şikayetvar.com, 2022).

Bir müşterinin markaya şikâyetini bildirmesinin önemine değinen Barış (2008: 31); bir markadan yeniden satın alma niyetinin şikâyetine çözüm üretilmesi halinde, üründen tatmin olmaya kıyasla, çok daha fazla müşteri sadakatini sürdürmeye yardımcı olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle, ek maliyet yaratmasına rağmen, müşteri şikâyetlerinin mağduriyet büyümeden çözümlenmesi, hem müşteri sadakatinin kazanımı hem de içgörüyü öğrenmenin iyi bir yöntemi olarak görülmektedir.

Tablo 3: Hepsiburada Markasının ‘Şikâyetvar’ Sayfasındaki Memnuniyet Oranı

Aylar	2021 (%)	2022 (%)
Ocak	64,4	60
Şubat	65,6	54,9
Mart	61,9	54
Nisan	65	52,7
Mayıs	62	53,4
Haziran	62,1	58,7

Temmuz	60,7	57,2
Ağustos	60,2	-
Eylül	60	-
Ekim	61,6	-
Kasım	56,7	-
Aralık	57,4	-

Kaynak: (<https://www.sikayetvar.com/hepsiburada/hepsiburada-marka-karnesi>)

Tablo 3'deki verilere göre; markanın 2021 memnuniyet oranları daha iyi sonuçlara sahiptir. 2022'de memnuniyet oranlarındaki düşüş, markanın yeni bir stratejiye ihtiyaç duyma nedenini açıklayan etkenlerden birisi olarak yorumlanabilir. Premium uygulaması 4 Temmuz 2022 itibariyle duyurularak başvuru kabul etmeye başlamıştır. Bu nedenle uygulamanın memnuniyeti artırıp artırmadığına dair anlamlı bir veri henüz oluşmamıştır. Bununla beraber markaya ait şikâyetler incelendiğinde sorunların kaynağını kargo hizmetleri, iade hizmetleri, kampanyaların uygulamasında (örneğin hediye kuponlarının kullanımıyla ilgili vb.) yaşanan aksaklıklar, servis hizmetleriyle ilgili memnuniyetsizlikler gibi geri bildirimler oluşturmaktadır. Bu verilere dayanarak markanın sorunları analiz ettiği ve çözüme yönelik müşterilerin markadan ayrılma gerekçelerini oluşturan hizmet ve fiyatlandırma sorunlarının tespit edilmesi ve çözüme çabası olarak tanımlanan proaktif taktikler (Peppers & Rogers, 2013: 100) geliştirdiği söylenebilir. Ancak Premium abonelik sisteminin başarısının başta teknolojik alt yapı ve insan kaynakları yeterliliği olmak üzere markanın kontrolünde ya da kontrolü dışındaki pek çok etkene bağlı olduğu da unutulmamalıdır.

SONUÇ

Son yıllarda yaşanan pandemi, savaş (Rusya-Ukrayna) ve çevre felaketlerinin etkisiyle, küresel ölçekte ekonomilerin sıkıştığı ya da yaşanan rekabetin eskisinden çok daha çetin olduğu söylenebilir. Sayılan etkenlerin nedeni ya da sonucuyla bir şekilde bağlantılı olan ve insanların yaşamı boyunca ihtiyaç, istek ve beklentilerini karşılayan pazarlamanın tüm bu etkenleri etkileyen ve/veya onlardan etkilenen bir durumda olması, pazarlamayı hayatın tam da ortasında bırakmaktadır. Başka bir ifadeyle, (tek başına olmasa da) pazarlamanın pazar koşullarına göre şekil aldığı ya da pazarın pazarlama tarafından şekillendirildiğini söylemek mümkündür.

Kitle iletişim araçlarıyla tüketicilere seslenen markaların artık müşterileri eşit görmesinin ya da daha rasyonel bir yaklaşımla, bütün müşteriler için aynı maliyete

katlanarak rekabeti sürdürmesinin mümkün olmadığı bilinmektedir. Diğer bir deyişle, hiç ürün almayan veya ara sıra ürün alan müşteriyse, markaya sadık olan müşterinin benzer şekilde maliyetlendirilmesi, çoğunluğu kâra dönüşmeyen çaba anlamına gelmektedir. Yakın zamana kadar markaların, tüketicileri bir takım özelliklerine göre sınıflandırarak strateji geliştirdiği, ancak bu segmentasyonun onların içgörüsünü öğrenmek için artık çok da yararlı olmadığı görülmüştür. Başka bir anlatımla; müşterisini bireysel özellikleriyle tanımayan markaların sadık müşterilerini bile kaybetme riskiyle karşı karşıya kaldığı söylenebilir. Bu nedenle markalar, kendilerine sadık müşterilerle rekabette var olabileceklerini ve farklılaşarak müşteriye elde tutabileceklerini anlamışlardır.

Pazarlamanın geçirdiği evreler sonunda, müşterinin istek ve beklentilerinden oluşan içgörüsünü öğrenmeden satış yapma beklentisi içinde olan markaların, her geçen gün bir müşterisini daha rakip markaya gönderme ihtimali yükselmektedir. Bu gerekçelerle yakın zamana kadar; pazarlamanın 4P'si olarak anılan ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım yoluyla farklılaşma stratejilerini deneyimleyen markalar, yapılan her yeniliğin rakipleri tarafından taklit edilebilir oluşuna çözüm üretme arayışındadırlar. Buna göre son zamanlarda, merkeze tutundurma bileşenini alarak diğer bileşenlerin desteğiyle farklılaşma ve sadakat stratejileri geliştiren pek çok markanın abonelik iş modelini benimsediği görülmektedir. Abonelik iş modeli, uzun yıllardır uygulanan abonelik modelinden farklı olarak müşterilerin istek ve beklentileri doğrultusunda hizmet sunabilmek için onlardan aylık sabit ücret talep etmektedir. Bu sistem bir bakıma sigortacılık mantığıyla hareket etmekte, talep ettiği görünürde (somut) bir karşılığı olmayan ücretle sadık müşterilerini, sunduğu hizmetler kapsamında ayrıcalıklı kılmaktadır. Buna göre; müşterilerin içgörülerini doğrultusunda verilen hizmetin bireyselleştirilmesiyle rakiplerden farklılaşmak, böylece nitelik ve nicelik olarak müşteri sadakatini arttırmak amaçlanmaktadır. Markalar açısından diğer bir önemli nokta da müşteri istek ve beklentileri kadar müşteri şikâyetlerinin de zamanında alınması ve çözümlenmesidir. Buna göre abonelik iş modeli ile marka, abonelerinin şikâyetlerini öğrenme ve çözümlenmeye yönelik olarak da stratejiler geliştirebilmektedir. Bu amaçla; marka tarafından ayrıcalıklı kılınmış abonelere farklı kanallardan iletişim olanağı sağlanmakta diğer bir deyişle sistemi güncellemek ve şikâyet sayısını azaltmak için güçlü bir iletişim ortamı sunulmakta ve müşterilere sorun yaşamaları halinde hızlı ve etkili çözüm bulunacağı güvencesi verilmektedir.

Abonelik iş modelini kullanan markalar için diğer önemli bir fırsatta ağızdan ağza pazarlama olanağıdır. Yirmi birinci yüzyılın insanının modernizmin sıkıntılarından uzaklaşmaya ya da başka bir ifadeyle hayatının kolaylaştırılmasına ihtiyacı vardır. Bu açıdan bakıldığında abonelik iş modelinin hayatı (en azından alış veriş) kolaylaştırma vadinin başarılı olması, modeli kullanan insanların

memnuniyetini sanal ve/veya gerçek ortamdan paylaşmasına neden olabilir. Böylece markalar için büyük maliyet kalemi olan reklam/tanıtım bütçesinin azaltılması da önemli bir artı olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak yeterli nitelik ve nicelikte müşteri sadakatine sahip olmayan işletmelerin sürdürülebilir olmasının mümkün olmadığı görülmektedir. Bu nedenle işletmelere; her bir müşterinin yaşam boyu değerini hesaplayarak müşteri kaybının önüne geçilmesi ya da yenilerinin kazanılması için müşteri içgörüsüne dayalı ve iletişim temelli farklılaşma stratejilerine odaklanmaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Aaker, D. A. (2013). *Güçlü Markalar Yaratmak*. (Demir, E. Çev.), 3. Baskı, İstanbul: MediaCat Yayınları.

Aray, G. (2009). "Marka Konumlandırma ve Şehir Markaları: Burdur Şehrinin Markalaşmasına Yönelik Bir Uygulama". İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Programı Yüksek Lisans Tezi. <https://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12397/11187/231362.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Baltacı, A. (2018). "Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme". *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7/1, 231-274.

Bariş, G. (2008). *Kusursuz Müşteri Memnuniyeti İçin Şikayet Yönetimi*. 2.Baskı, İstanbul: MediaCat Kitapları.

Batı, U. (2017). *Markethink Ya Da Farkethink Deneyimsel Pazarlama ve Duyusal Markalama*. İstanbul: Kitap Kulübü Kitapları.

Bozgeyik, A. (2005). *Rekabet Avantajı için Müşteri İlişkileri Yönetimi*. İstanbul: Hayat Yayıncılık.

CTP Boston. (2022). "Cancel the Consumer: A Roadmap for Brand Marketer's to Create More Valuable Relationships" Boston, <https://cancelthe-consumer.ctpboston.com/>

Fisk, P. (2008). *Müşteri Dehası*. (Özer, A. Çev.), İstanbul: MediaCat Kitapları.

Güngör, N. (2016). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*. 3. Baskı, İstanbul: Siyasal Kitabevi.

Hekimoğlu, D. & Sürmen, A. (Nisan 2022). “Neden Bir Tüketici İçgörüsü Pharmaton’un 5 Yıllık Pazarlama Stratejisini Değiştirdi?”. *Think With Google Türkiye*. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/tr-tr/pazarlama-stratejileri/video/tuketici-icgorusunun-degistirme-gucu/>

Hepsiburada, (2022). <https://www.hepsiburada.com/premium>

Hollis, N. (2011). *Küresel Marka*. (Kuruoğlu, A. vd. Çev.), İstanbul: Brand Age Yayınları.

IBM Institute. (01 June 2022). “Seizing The Subscription Business Model”. *Institute for Business Value*. Originally Published <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/report/subscription-business-model#>

Kırım, A. (2011). *Strateji ve Bire-Bir Pazarlama CRM*. 7. Basım, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Kırım, A. (2011). *Mor İneğin Akıllısı*. 43. Basım. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Koç, E. (2002). “İnsan ve Sadakat”. *Felsefe Dünyası Dergisi*, 35(1), 49-57. https://www.academia.edu/2197798/%C4%B0nsan_ve_Sadakat?from=cover_page

Meyer-Waarden, L. (2008). “The Influence of Loyalty Programme Membership on Customer Purchase Behaviour”. *European Journal of Marketing*. Vol. 42, 1(2), 87-114.

Önder, N. (15 Nisan 2022). “Tüketicinin Artık Yeni “En”leri Var...” *Marketing Türkiye*. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/enflasyon-sonrasi-tuketicinin-yeni-enleri-belli-oldu/>

Peppers, D. & Rogers, M. (2013). *Müşteri İlişkileri Yönetimi CRM*. (Şengözer, P. Çev.), İstanbul: Optimist Yayınları.

Selvi, M. S. (2007). *Müşteri Sadakati*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Sharp, B. (2015). *Markalar Nasıl Büyür? Pazarlamacıların Bilmedikleri*. (Telyar, M. Çev.), İstanbul: TheKitap.

Şikayetvar (2022). <https://www.sikayetvar.com/hepsiburada/hepsiburada-marka-karnesi>

Temporal, P. (2011). İleri Düzey Marka Yönetimi Değişen Dünyada Markaları Yönetmek. (Kuruoğlu, A. vd. Çev.), İstanbul: Brand Age Yayınları.

Walker, R. (2010). *Değişen Tüketici Kim? Niçin Satın Alıyor? Ne Satın Alıyor?* (Özata, N. Çev.), İstanbul: MediaCat Kitapları.

EKONOMİ POLİTİK PERSPEKTİFTEN THE BATMAN FİLMİNİN ANALİZİ

Kerim Eser AFŞAR
Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
eser.afsar@deu.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-9853-0186>

<i>Atıf</i>	Afşar, K. E. (2023). EKONOMİ POLİTİK PERSPEKTİFTEN THE BATMAN FİLMİNİN ANALİZİ. İletişim Çalışmaları Dergisi, 9 (2), (21-43)
-------------	--

Geliş tarihi / Received: 19.07.2022

Kabul tarihi / Accepted: 14.11.2022

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v09i1002

ÖZ

Bu çalışmada 2022 yılında vizyona giren *The Batman* filmi, eleştirel söylem analizi yöntemiyle ele alınmıştır. Çalışmanın amacı *The Batman* filminin süper kahraman janrı ile olan bağlarının/ayrımalarının ortaya koyulması ve ekonomi politik perspektiften kapitalizmin meşruiyeti bağlamında filmin işlevini tartışmaktır. *The Batman* evreninin, diğer süper kahraman evrenlerinden yapısal bir farkı vardır. Gotham, New York gibi gelişmiş kapitalist ülkelerdeki büyük, karanlık ve bozulmuş bir şehir gibi tasvir edilir. Bozulmayı yaratan olgu bizatihi kapitalizmin kendisidir. Villain (kötü adam) karakterleri bu eşitsizliklere tepki göstererek suç eylemlerini meşrulaştırır. *The Batman* filminin ana “villain” karakteri olan Riddler, diğer süper kahraman filmlerindeki villainlerin aksine doğrudan düzeni ve egemenleri hedef alır. Batman eşitsizlikleri ortadan kaldırmaya çalışmaz ve geniş halk kesimlerini kurtarmak gibi bir amacı yoktur. Eylemlerinin tamamı sömürünün yarattığı ve alt sınıf mensubu “kötülerin” başı çektiği toplumsal hareketleri ortadan kaldırarak sınıfsal eşitsizliklerin sürdürülebilirliğini sağlamaktır. *The Batman* diğer süper kahraman filmlerinin aksine dengenin bozulması ve yeniden kurulması üzerinden dramatik yapısını kurmaz. Film düzenin içinde oluşan dengesizliğe vurgu yaparak başlar ve dengesizlik kaosa doğru sürüklenir. Batman yeni bir düzen potansiyeli olan kaosu yeniden eski düzene taşıyarak sistemin devamını sağlamaya çalışır.

Anahtar Kelimeler: Popüler Kültür, Eleştirel Söylem Analizi, Süper Kahramanlar, Batman, Ekonomi Politik.

ANALYSIS OF THE BATMAN MOVIE FROM A POLITICAL ECONOMY PERSPECTIVE

ABSTRACT

In this study, *The Batman* (2022) movie is discussed with the method of critical discourse analysis. The aim of the study is to reveal the ties/distinctions of *The Batman* movie with the superhero genre and to discuss the function of the movie in the context of the legitimacy of capitalism from a political economy perspective. The Batman universe has a structural difference from other superhero universes. Gotham is portrayed as a big, dark and corrupt city in advanced capitalist countries like New York. The phenomenon that creates the corruption is capitalism itself. Villains react to these inequalities, legitimizing their criminal acts. Riddler, the main villain character of *The Batman* movie, directly targets the order and the rulers, unlike the villains in other superhero movies. Batman does not seek to eliminate inequalities and does not aim to save large sections of the population. All of his actions are to ensure the sustainability of class inequalities by eliminating the social movements created by exploitation and led by the “evil” members of the lower class. Unlike other superhero films, *The Batman* does not establish its dramatic structure through the disruption and re-establishment of the equilibrium. The film begins by emphasizing the disequilibrium in the order, and the disequilibrium drifts into chaos. Batman tries to ensure the continuity of the system by bringing the chaos, which has the potential for a new order, back to the old order.

Keywords: Popular Culture, Critical Discourse Analysis, Superheroes, Batman, Political Economy.

GİRİŞ

Süper kahramanlar, mitolojinin modern dünyaya armağan ettiği bir tür olarak değerlendirilebilir. Dünya dışı “tanrısal” varlıklar, dünyaya bir biçimde arz-ı endam ederek dünyevi sorunları çözerler. Süper kahramanların modern popüler kültür içinde oluşumunun temelleri 1929 Büyük Buhranı’nda aranabilir. Kapitalizmin sorunlarını içsel mekanizmalarıyla çözemeyişinin yaratacağı umutsuzluğun ortadan kaldırılmasında süper kahramanlar belki de “New Deal” politikaları kadar etkili olmuştur. Ekonomik krizin getirdiği sorunları devlet müdahalesi olmaksızın çözemeyen kapitalizm, o dönemde popüler kültürde en bilinen

süper kahramanları yaratan şirketlerden DC'yi 1934'te, Marvel'i ise 1939'da kurmuştur. Bu şirketler, kriz ortamında sistem için gereken ideolojik silahlardan birini çizgi roman evreninde yaratmayı başarırlar. DC'nin bir karakteri olan Batman'ın ortaya çıkışı 1939 tarihlidir. İlk çizgi romanların ideolojik işlevleri, ezilen kesimlerin sisteme olan inançlarını sağlamlaştırmaktır¹. 1930'larda sistemin devamı için izleyicileri düşündürme kaygısı taşımayan ve gerçek hayattan uzaklaştırma amacına yönelik "kaçış edebiyatı" kategorisinde eserler üreten bu şirketler, İkinci Dünya Savaşı'nda süper kahramanları Nazilere karşı savaştırırlar. 1960'lı yılların soğuk savaş yıllarında villain (kötüler) karakterleri daha çok komünizmi çağrıştıran varlıklardır ve süper kahramanlar kapitalizmi ya da "insanlığı" kurtarmak için ellerinden geleni yaparlar. Özellikle dünya dışı güçlerin tehdidi, özünde sistemin çok sağlam olduğunu, sistemi tehdit etmenin bile ancak dünya dışı varlıklar tarafından mümkün olduğunu vurgulamaktadır².

Sinema evreninde süper kahramanların popüler kültür içinde prestijli bir konuma gelmesinde *Superman* (Richard Donner, 1978) bir başlangıç olarak kabul edilebilir. Superman, 1970'li yılların ikinci yarısındaki iktisadi ve siyasi krize, Hollywood'un sistem yanında yer aldığı somut göstergelerinden biridir. Sonradan süper kahramanlardan biri olacak olan Batman'ın sinema salonlarında gösterilmesi ve prestijli bir konum kazanması, 1989 tarihinde vizyona giren *Batman* (Tim Burton) filmiyle başlar. DC'nin sinema evreninde süper kahraman karakterlerini kullanması, Marvel'i de harekete geçirir ve Marvel 1950'li yılların Hollywood sistemine benzer biçimde fabrikasyon üretimler gerçekleştirir.

Martin Scorsese, Marvel filmleri özelinde süper kahraman filmlerinin gerçek sinema eserleri olarak kabul edilemeyeceğini ve bu filmlerin üstel bir hızla sinema salonlarını istila ettiğini iddia etmiştir (Scorsese, 2019). DC şirketi ise, 1989 yılındaki Tim Burton'un filmiyle başlayan süreçte Batman'ı "hakiki" sinema evreninde değerlendirmeye çabalamıştır. Christopher Nolan'ın (i) *Batman Begins* (2005), (ii) *The Dark Knight* (2008) ve (iii) *The Dark Knight Rises* (2012) üçlemesiyle bu imaj iyice tazelenir. *Joker* (Tod Phillips, 2019), bu iddianın bir adım ötesine gitmeye çalışır. Filmin galası Venedik Film Festivalinde yapılır ve film, festival filmi görünümüyle eleştirmenlerden olumlu geri dönüşler alır; süper kahraman evrenindeki varlığı nedeniyle de yüksek bir gişe başarısı ve popülerlik kazanır. Bu makalede *The Batman* (Matt Reeves, 2022) filminin *Joker*'in izlediği yolu takip ederek benzer bir anlatı yapısı kurduğu savunulmaktadır. Bu iki film birlikte değerlendirildiğinde popüler kültürün gerçeklik üzerindeki "yeni" etkisi analiz edilebilir. Aynı zamanda bu iki film, diğer süper kahraman filmlerinin aksine farklı bir dramatik yapı üzerinden kurgulanır. Bu nedenle ideolojik işlevleri, diğer

¹Bu konuda geniş bilgi için bkz. Barker (1989).

²Bu konuda geniş bilgi için bkz. Fisher (2009).

süper kahraman filmlerinden farklıdır. Bu çalışmanın amacı Batman evreninin, popüler kültüre adını yazdırmış diğer süper kahraman anlatılarından farklılıkları vurgulanarak, *The Batman* filmini eleştirel söylem analizi yöntemiyle ele almaktır.

The Batman 2022 yılında gösterime girerek dünya çapında 768 milyon doları aşan gişe rakamına ulaşmıştır.³ Filmin toplam maliyeti 185 milyon dolar olup bütçesinin yaklaşık dört katı kadar hasılat elde etmiştir (Mendelson, 2022a). Mendelson, *The Batman* filminin onuncu Batman filmi olarak gişe başarısına dikkat çekmektedir (Mendelson, 2022b). Film fazlasıyla uzundur ve hem içerik hem de biçim itibarıyla fazlasıyla “karanlık” olması nedeniyle gişe başarısı için gerekli olan desteği almaktan yoksun olmasına rağmen başarıyı yakalayabilmiştir.

Filmlerin vermek istediği mesajların toplum nezdinde karşılık görmesi gişe başarısını etkilemektedir. Filmin gişe başarısı, başarıyı etkileyen unsurların eksikliği durumunda bile mesajlarının toplum nezdinde karşılık bulunduğunu göstermektedir. Popüler kültür metaları, belirli bir realitenin toplumda algılanma biçimini göstermesi bakımından önemlidir⁴. Gerçeğin bir biçimde temsili olan sanat popülerleştikçe gerçeği de etkilemeye başlar⁵. Bir başka deyişle gerçeğin sanatsal temsili, realitenin toplumsal kabulünü ve toplumsal hayatı bir biçimde belirleyebilmektedir⁶. Sanatsal evrendeki realitenin temsilinin benimsenmesi, temsilin realiteyi açıklamasından ziyade yaygınlığıdır⁷. Örneğin dönüşüm geçiren süper kahramanları ele alan filmler, bir biçimde sıradan insanların tüketim kalıplarını etkileyerek kendi gerçekliklerini yaratır. Spiderman olamayan sıradan insanlar, bir t-shirt giyerek belirli bir özdeşleşimi sağlayıp tatmin olurlar. Basit bir meta, insanların kendilerini kısa bir sürede olsa süper kahramanlarla özdeşleşmesini kolaylaştırır.

Batman evreni, Nolan’ın üçlemesiyle birlikte akademik literatürde bir izlek yaratmayı başarmıştır. Bölükbaşı (2013), Nolan’ın Batman üçlemesini içerik analizi yöntemiyle filmlerin altında yatan ideolojiyi incelemekte ve Batman’ın savunduğu sistemin demokrasiden ziyade plütokrasiyi çağrıştırdığını vurgulamaktadır. Çubukçu (2014), başta Batman serisi olmak üzere çizgi romanlardaki suçların oluşum sürecini; sinema, hukuk, adalet ve dil arasındaki ilişki bağlamında incelemektedir. Popescu (2016), Nolan’ın üçlemesinde kullanılan görsel dilin ve anlatının analizi ile filmlerdeki alt metinsel anlatıyı yapı bozuma uğratarak din, kapitalizm ve psikopatoloji temalarını açığa çıkarır. Peters (2007), *Batman Begins* (2005) filmini teorik olarak hukuk, teoloji ve kültürel

³ The Numbers. [https://www.the-numbers.com/movie/Batman-The-\(2021\)#tab=summary](https://www.the-numbers.com/movie/Batman-The-(2021)#tab=summary) (Erişim Tarihi: 05.07.2022)

⁴ Bu konu ile ilgili örnek bir çalışma için bkz. Afşar (2022a).

⁵ Sinemanın toplumsal bilinç düzeyini nasıl etkilediğine dair geniş bilgi için bkz. Şahin (2021).

⁶ Ayrıntılı bilgi için bkz. Rushing ve diğerleri (1978).

⁷ Ayrıntılı bilgi için bkz. Mackenzie (2006).

çalışmalar boyutuyla analiz etmektedir. Sanna (2015), Nolan'ın üçlemesinde gotik geleneği kullandığını iddia etmektedir. Nolan'ın üçlemesinde gotik gelenekler sosyal düzenin yeniden kurulması üzerinde etkilidir. Şahin (2022) *Batman Begins* filmini İbn Haldun'un devlet teorisi bağlamında söylem analizine tabi tutmuştur. Batman'ın burjuva kimliği bu analizde Gotham'la özdeşleştirilir. *The Batman* ile ilgili filmin yeni olması nedeniyle henüz akademik bir makale literatürde yer almamaktadır. Bu çalışmada *The Batman*'ın ideolojik işlevinin diğer süper kahraman filmlerinden ayrıldığı unsurlar, eleştirel söylem analizi yöntemiyle ele alınmıştır.

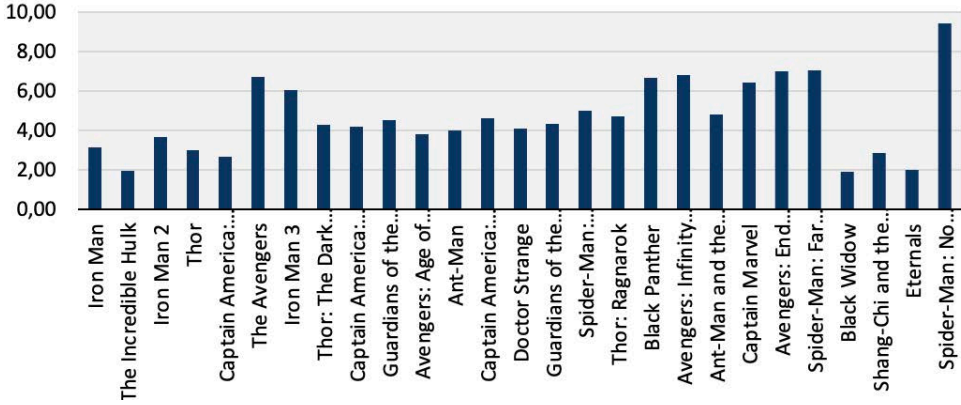
Çalışmanın geri kalanı altı bölüm olarak kurgulanmıştır. Yöntem ve veri seti bölümünden sonra *The Batman* filminin anlatı yapısı ele alınacaktır. Çalışmanın diğer bölümlerinde Batman, Riddler, Falcone ve Catwoman karakterleri üzerinden filmin anlatı yapısı ayrıntılandırılacaktır. Çalışma sonuç ve tartışma bölümüyle sonlanmaktadır.

YÖNTEM VE VERİ SETİ

Söylem analizi, genel olarak metin veya bir anlatıda sunulan söylemler ve anlamlar üzerinde kurulan ilişkinin ne ifade ettiğini ele alan bir yöntemdir. Bu yöntemde dil ile ifade edilen içeriğin anlamla örtüşmesi ve bu bağlamda arka planda yatan ideolojinin ortaya çıkarılması temel alınmaktadır (Wiggins, 2009). Jones (2012), dilin dört farklı özelliği üzerinde durarak söylem analizinin öneminden bahsetmiştir. İlk olarak dil anlam olarak hiçbir zaman kesin değildir, yani yorumlamaya dayanır. İkinci olarak dilde mekanın anlam üzerinde etkisi bulunur. Söylemlerin nerede, ne zaman ve niçin kullanıldığı anlam üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Üçüncüsü dilin kimlikler üzerinde de etkisi vardır. Dördüncü ve son olarak söylemler ifade edilirken dilin jest, mimik ve ses tonundan etkilenecek anlam ve ideoloji üzerinde etkileri olmaktadır. Bu çalışmada film karakterlerinin dilsel anlatıları, sınıfsal yapılarına göre konumlandırılarak analiz edilmiştir. Böylece sınıfsal konumun dil üzerindeki etkisi gözlemlenerek anlatı içerisinde gizli olan ideolojik tutumları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Söylem analizinde dikkat edilmesi gereken unsur, söylemlerin net bir şekilde ifade edilerek derlenmesidir. Söylemlerin karakterler tarafından ifade edilmesi, çevrenin, olay örgüsünün ve metaforların kullanımı sinemada söylem analizinin kullanılmasını elverişli kılmaktadır. Bu çalışmada ise söylem analizinin bir parçası olan eleştirel söylem analizi kullanılmıştır. Eleştirel söylem analizi sosyal yapı ve dilsel yapı arasında kurulan etkileşimin sonucu olarak toplumsal güç ilişkilerinin nasıl belirlendiğiyle ilgilenmektedir (Wodak ve Meyer, 2009: 9). Fairclough (2011) eleştirel söylem analizini, eleştirel sosyal analizin bir parçası olarak değerlendirip bu alanın söylemler üzerinden kurulan iktidar ilişkileri, ideolojiler ve

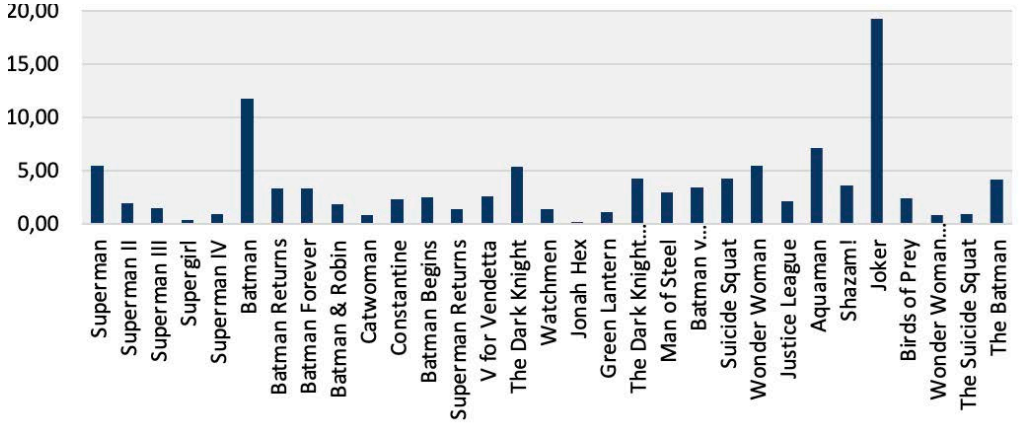
sosyal kimlikler vb. unsurlar arasındaki anlam bağlantılarının bir yapı taşı olarak görmektedir. Ona göre, söylemlerin ne ifade ettiği olguların anlaşılmasında kritik rol oynamaktadır. Bu anlamların ortaya çıkarılmasındaysa eleştirel söylem analizinin disiplinlerarası bağlantıları kurularak sağlanabilmektedir. HucKin'e (1997) göre eleştirel söylem analizi, gerçek dünyayla bağlantılı olup kültürel, politik, ideolojik ve toplumsal olaylarla ilişkilidir. Ona göre eleştirel söylem analizi, toplumsal olayları tanımlamakla kalmaz eleştirel bir tutumla olgulara açıklık getirmeye çalışır. Kress (1990) ise eleştirel söylem analizini metinlerde örtülü olan anlamların ortaya çıkarılmasında anlam ve dilsel pratik arasında kurulan bir ilişki biçimi olarak görmektedir. Bu çalışmada film anlatısını oluşturan olguların toplumsal anlamının ortaya çıkarılması için film düzlemiyle toplumsal gerçeklik ilişkilendirilmiştir.



Şekil 1. Marvel Evreni Hasılat/Maliyet Oranı

Kaynak: <https://www.the-numbers.com/> (Erişim Tarihi: 02.08.2022)

Van Dijk'in (2005: 319) söylem analizindeki temel sorusu olan "Söylemin üretim araçlarına erişme imkânına kimler sahiptir?" sorusuna süper kahraman mitosunun yaratıcısı olan şirketler üzerinden yanıt üretilebilir. Literatürde, süper kahraman filmleri, Marvel ve DC evreni olarak iki kategoriye ayrılır. Şekil 1, Marvel filmlerinin, Şekil 2 ise DC evrenindeki filmlerin maliyetlerine oranla hâsılatlarını tarihsel olarak sıralanmış biçimde göstermektedir. Şekil 1'e göre Marvel evreninin gişe getirisi olarak en başarılı filmleri *Avengers* serisi ile *Spider-Man* filmleridir. Bu iki serinin dışında *Black Panther* filmi de başarılı bir performans göstermiştir. Bir diğer önemli tespitse seri filmlerde her film bir önceki filminden daha yüksek bir performans gösterdiğiidir.



Şekil 2. DC Evreni Hasılat/Maliyet Oranı

Kaynak: <https://www.the-numbers.com/> (Erişim Tarihi: 02.08.2022)

Şekil 2’de gösterilen DC evrenindeyse gişe olarak en başarılı film Joker’dir. DC evreninde öne çıkan bir diğer tespitse devam filmlerinin iktisadi performanslarının giderek azalmasıdır. Bu tespit, özellikle Superman filmlerinde açıkça görülmektedir. Tablo 1 ve Tablo 2, Marvel ve DC filmlerinin Oscar ödülleri bağlamında performanslarını göstermektedir.

Tablo 1. Marvel Evreni Akademi Ödül ve Adaylıkları

En İyi Görsel Efekt Dalında Aday Gösterilen Filmler	Iron Man 2
	The Avengers
	Iron Man 3
	Captain America: The Winter Soldier
	Doctor Strange
	Guardians of the Galaxy Vol. 2
	Avengers: Infinity War
	Avengers: End Game
	Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings
	Spider-Man: No Way Home
	Iron Man
En İyi Ses Kurgusu Dallarında Aday Gösterilen Filmler	Guardians of the Galaxy
	Iron Man
	Black Panther (*)

En İyi Makyaj Ve Saç Tasarımında Aday Gösterilen	Guardians of the Galaxy
---	-------------------------

(*) Beş dalda daha aday gösterilmiştir.

Tablo 1, Marvel filmlerinin akademi tarafından “gerçek” sinema ürünü olarak kabul edilmediğini açıkça ispatlar niteliktedir. Öyle ki, teknik dallar dışında *Black Panther* hariç tutulduğunda Marvel filmlerinin hiçbiri Oscar’a aday gösterilmiştir. Marvel evrenindeki toplam altı dalda aday gösterilen ve bu bağlamda en başarılı film olan *Black Panther*’in başarısıysa daha çok etnik faktörler nedeniyledir⁸.

Tablo 2’ye göre DC evrenindeki en başarılı film *Joker*’dir. On bir dalda aday gösterilen film iki Oscar kazanmıştır. İki dalda Oscar kazanan *The Dark Knight* toplam sekiz dalda aday gösterilmiştir. Tüm veriler, DC ve Marvel evrenleri arasındaki temel ayrışıklığı yaratan alt evrenin Batman olduğunu göstermektedir. Klasik Hollywood stüdyo sistemine göre çekilen Marvel filmlerinin karşısında “Auteur” mantığıyla çekilen Batman filmleri, hem ticari hem de sanatsal olarak başarı kazanmış ve “gerçek sinema” evrenine dahil olmuştur.

Tablo 2. DC Evreni Akademi Ödül ve Adaylıkları

En İyi Görsel Efekt Dalında Ödül Kazanan	Superman (**)
En İyi Sanat Yönetimi Dalında Ödül Kazanan	Batman
En İyi Ses Kurgusu Dalında Ödül Kazanan	The Dark Knight (***)
En İyi Erkek Oyuncu Dalında Ödül Kazanan	The Dark Knight
En İyi Makyaj Ve Saç Şekillendirme Dalında Ödül Kazanan	Suicide Squad
En İyi Orijinal Müzik Dalında Ödül Kazanan	Joker (****)
En İyi Erkek Oyuncu Dalında Ödül Kazanan	Joker
En İyi Görsel Efekt Dalında Aday Gösterilen	Batman Returns (*****) Superman Returns
En İyi Ses Miksajı Dalında Aday Gösterilen	Batman Forever (*****)
En İyi Sinematografi Dalında Aday Gösterilen	Batman Begins

(**) Üç dalda daha aday gösterilmiştir.

(***) Altı dalda daha aday gösterilmiştir.

(****) Dokuz dalda daha aday gösterilmiştir.

(*****) Bir dalda daha aday gösterilmiştir.

(*****) İki dalda daha aday gösterilmiştir.

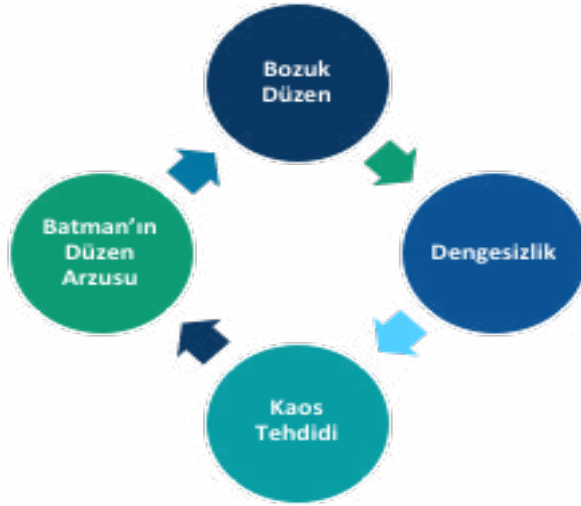
⁸ Siyah hareketi ile *Black Panther* filmi arasındaki bağlantılar için bkz. Mokoena (2018).

Sonuç olarak Joker ve kanaatimizce devam filmi olan *The Batman*, ekonomi politik perspektif bakımından literatürdeki izlekten farklı değerlendirilmesi gereken filmlerdir. *Joker* filminde Arthur Fleck karakteri, filmin sonunda Joker'e dönüşmeseydi, bir başka deyişle filmin başında DC logosu olmasaydı, film sıradan bir sınıf temelli film olarak okunabilirdi. Gişede bu kadar büyük bir başarı kazanmasının temel nedeni, filmin bir proleterin Joker'e dönüşümünü anlatmasıdır. Üstelik *Joker*, anlatı evrenini görece eskimiş olan *Taxi Driver* (Scorsese, 1976) ve *King of Comedy* (Scorsese, 1982) filmleri üzerinden kurgulamaktadır. *The Batman* filmi de benzer bir izleği takip etmektedir. Filmden Batman'ın çıkarılması durumunda sıradan bir polisiye film olacakken Batman markası filmi "blockbuster" kategorisine dahil etmekte ve bunun yanında filme sanatsal bir film olarak değerlendirilme fırsatı sunmaktadır. Bu açıdan bu çalışmada *The Batman* filminin süper kahraman kategorisinden kopuşu bağlamında analiz edilmesinin ve eleştirel söylem analizinde görece ihmal edilen filmin seyirciye karşı manipülatif tutumunun da analize dahil edilmesinin gerektiği savunulmaktadır.

THE BATMAN FİLMİNİN ANLATI YAPISI

Filmin olay örgüsü, suçun kent yaşamının ayrılmaz bir parçası olduğu ve belediye başkanlığı seçiminin arefesinde olan Gotham'da, suça bulaşmış üst düzey yöneticileri öldüren bir seri katil (Riddler) ve onun bıraktığı ipuçları üzerinden cinayetleri çözmeye çalışan Komiser Gordon ve Batman'ın eylemleri üzerinden kurgulanmıştır. Her cinayet sonrası, cinayetin motivasyonu, Riddler tarafından kamuoyuna duyurulur. Bir mafya üyesi olan Falcone, organizesuçun başında olan Marone'yi yakalatarak, belediye başkanı, polis müdürü ve başsavcının da aralarında bulunduğu bir organizasyon yapısı altında uyuşturucu piyasasının başına geçmiştir; kurduğu bağlantılar sayesinde tüm şehri kontrol altında tutmaktadır. Kendisi de suça karışmış olan Thomas Wayne'nin kurduğu "yenilenme fonu" kara paranın aklanması için kullanılmaktadır. Filmin sonuna doğru yakalanan ya da "kendini yakalattıran" Riddler, kentin "kurtarılabilmesi" için tüm şehri sular altında bırakacak ve yeni seçilmiş belediye başkanını ortadan kaldıracak bir bombalı eylem planı hazırlamıştır. Bombalı eylem sonucu kent sular altında kalır; ancak belediye başkanı kurtulur. Bu süreçte Batman bir intikamcıdan bir kahramana doğru kişisel bir dönüşüm geçirir.

Süper kahraman filmlerinde kurgu, “kahramanın yolculuğu” anlatısına uygun biçimde düzen olgusuyla başlar. Düzeni hedef alan dışsal bir tehdit ortaya çıkar ve süper kahraman bu tehdidi bertaraf edip düzeni yeniden sağlar. Çelik ve Kırel (2019) Superman film serisi üzerinden süper kahraman filmlerinin anlatı yapısını dört evre üzerinden ele alırlar. Modele göre anlatı kapitalizmin iktidarıyla başlar. Kapitalizme saldırı gerçekleşir. Süper kahramanın müdahalesiyle tehdit bertaraf edilip kapitalizme dönüş ve tahkim sağlanır. Modelde birinci ve dördüncü evre olan kapitalizm evresi, istikrarlı bir durumu ifade eder. Bir başka deyişle sistem ancak dışsal bir şok tarafından tehdit edilebilir. *The Batman*’ın yapısal modeli, süper kahraman filmlerinden farklıdır. *The Batman* filminde düzen başlangıçta bozuktur (dengesizlik). Batman, eylemleriyle düzeni yeniden sağlayamayacağını farkındadır. Kendisi iki yıldır suçluların peşinde olmasına rağmen suç oranları artmaktadır. Bu süreçte haklı saiklerle eylemlerini gerçekleştiren villain karakteri (Riddler) ortaya çıkar ve kaos tehdidi oluşur. Batman’ın müdahalesi (düzen arzusu) ile bozuk düzene yeniden dönüş (dengesizlik) gerçekleşir.



Şekil 3. The Batman’ın Anlatı Yapısı

Şekil 3'te Çelik ve Kirel'in (2019: 9) Süperman filmlerinin anlatı evreleri için geliştirdiği model, *The Batman* için revize edilmiştir. Riddler'in kaos planı, şehri sular altında bırakacak bombalı eylem ve yeni seçilen başkanın ortadan kaldırılması unsurlarından oluşur (kaos tehdidi). Batman seçimini sistemin devamı için kullanır. Geniş yığınları kurtaracak hiçbir şey yapmaz; sadece başkanı kurtarmaya çalışır. Sel sahnesindeyse başkan ve eski başkanın oğlunu kurtararak sınıfsal önceliklerini izleyiciye gösterir (düzen arzusu). Batman'ın didaktik iç sesi, Nirvana'nın müziği ve televizyondan yükselen maskeli "vigilante"nin halkı kurtaran bir kahramana dönüşme hikayesi seyirciye zoraki bir arınma (katharsis) hissi verir. Batman'ın iç sesi hala sokak serserilerinin suç oranlarını artmasını dert ettiğini anlatır (dengesizlik). O anda ekranda beliren görsel, Penguen'in yeni sistemde yönetici rolünü üstleneceğini gösterir. Başkanın vaat ettiği "yeniden insanın" baş aktörü artık Penguen olacaktır. Sonuç olarak karakterler değişse bile sistem (yapı), karakterlerin oynaması gereken rolü belirler (bozuk düzen).

Bu açıdan film, anlatı yapısını Roman Polanski'nin çektiği *Chinatown* (1974) ve David Fincher'in çektiği *Seven* (1995) ve *Zodiac* (2007) üzerinden oluşturur. Suç olgusunun kapitalist üretim ilişkilerinin bir sonucu olarak ortaya çıktığı ve suçun sınıfsallığı, seyirciye açık biçimde aktarılır. Filmin anlatı başarısı, tüm olgular açık biçimde ortaya çıktıktan sonra bile seyircinin sistem karşıtı hareketlere dönük sempati beslememesini sağlamaktır. *Joker* filmindeki Arthur Fleck gibi Riddler karakteri de eylemlerinin meşruiyetini sağlayacak motivasyonlara sahiptir. Lakin karakterlerin irrasyonel, bir başka deyişle "deli" olmaları, son kertede seyircinin bu karakterlerle özdeşleşmelerini engelleyerek sistemin yanında yer almalarını garanti altına alır.

KAPİTALİZMİN SÜPER KAHRAMANA İHTİYACI VAR MI?

Joker'de Bruce Wayne'nin travması Batman'ı yaratır. *The Batman*'da ise Bruce Wayne bir intikamcıdan düzen muhafızına dönüşür. Batman başlangıçta kendini intikam peşinde koşan biri olarak tanımlarken anlatının sonunda düzenin devamını sağlayan bir figüre dönüşür. Meşale metaforu, bu dönüşümü anlatır. Karanlığın kendisi olan Batman filmin sonunda kimin için ışık olmaktadır? Bir başka deyişle sistem için temel işlevi nedir?

Filmde Batman'ın kendi iç sesiyle yaptığı konuşma esnasında seyirci Gotham'ı onun gözünden görür⁹. Batman'ın gördükleri gasp, izinsiz duvar yazıları ve metrodaki zorbalıktır. Batman'ın gökyüzüne doğru yanan ışıklı amblemi Bentham'ın "panoptikonu" olarak işlev görür. Batman gördüğü her şeyi

⁹ Filmde sıklıkla bir karakterin bakış açısıyla faile bakış sergilenmektedir. Eski belediye başkanına Riddler'in bakışıyla, Gotham'a ve Selina'ya Batman'ın bakış açısıyla, Batman'a Penguen'in bakış açısıyla bakmak. Lacan'ın deyimiyile "yamuk bakmak" anlamayı kolaylaştırır.

kaydeden bir gözetim kamerasıdır. Hatta gece kulübü sahnesinde Selina'yı da bir tür gözetim kamerasına çevirmiştir.

Batman fiziksel olarak ilk kez metro sahnesinde görülür. Bir sivile karşı zorbalık yapan bir avuç serserinin arasına dalar ve yumruklarıyla zorbalığı cezalandırır. Batman'ın suçluları cezalandırırken temel motivasyonu intikamdır. Batman iki yıldır iş başında olmasına rağmen suç oranları artmaktadır. Bu nedenle umutsuzdur. Filmin anlatısı tamamlandığında suç oranlarının daha da artacağını bilen Batman, kendi dönüşümü nedeniyle umutludur. Artık kendi işlevini anlamıştır. Sistem için bir muhafız olan Batman'ın seyirci gözünde konumunu görmek, filmin söylemi bağlamında kritiktir.

Film boyunca Batman sürekli polis teşkilatının yanında görülür. Hatta komiser Gordon'la neredeyse "ortaklık" ilişkisi kurmuştur. Elit bir kapitalist olan Bruce Wayne, burjuva kimliğini maskeleyerek kendince yeni bir işleve sahip olmuştur; suçluları cezalandırmanın yanında polislerle birlikte dedektiflik yapmak. Polislerle tek çatıştığı sahne kimliğinin ifşa edilmesi tehlikeyle karşı karşıya kaldığı andadır. Bunun dışında olay yerinde yetkisi ve izni olmamasına rağmen rahatlıkla inceleme yapar. Riddler yakalandıktan sonra onu tek başına sorgular. Bölükbaşı (2013) *Dark Knight* filmi için yaptığı çözümlemede Batman'ı derin devlet olarak konumlandırır. Zizek (2012), *Dark Knight Rises* için yaptığı çözümlemede Batman'ı devletin bekası için devletin suçlarını kendi üzerine alan bir sahte kahraman olarak ele alır. *The Batman* filminde bir intikamcı olarak resmedilen Batman, kirli düzenin nasıl işlediğinin farkına varır ve bu düzeni kaosa karşı koruma kararı alır. Ancak Batman, tüm çabalarına rağmen olayların hiçbirini öngöremez ya da geç öngörür. Filmin tamamından Batman çıkartıldığında olay örgüsünde büyük bir değişiklik olmayacaktır. Bu nedenle *The Batman* filminde ana özne Batman değil, Riddler'dir. Batman olay akışını değiştiremeye bile sadece ideolojik bir işlevle ağırlığını tüm filme yayar. Bu işlev sistemde güçlü olanın karar alma sürecine katılımı şeklinde kendini gösterir.

Batman'ın çevresiyle olan ilişkilerine bakıldığında sadece komiser Gordon ve uşağı Alfred'e güvendiği anlaşılır; ancak sınıfsal pozisyonu itibarıyla onlardan üstün olduğunu yeri geldiğinde göstermekten çekinmez. Cinayet mahallinde gördüğü, öldürülen eski belediye başkanının çocuğuyla empati kurmayı başarır. Cenaze ve sel sahnelerinde çocuğu kurtarmak için elinden geleni yapar. Belki de kurtarmaya çalıştığı tek masum bu çocuktur ve Batman onda kendi çocukluk travmasını görür. Kendi sınıfına mensup insanlarla her temasında onlara zarar vermekten kaçınır. Gece kulübü sahnesinde Penguen'in sadece "mülk sahibi" olması ve insanların burada neler yaptığından sorumlu olmamasını söylemesinden sonra Batman Penguen'i bırakır. Falcone'yi tüm suç ağının yöneticisi olmasını

bildiği halde (hatta Falcone hapisten kısa sürede çıkacağını Batman'a söylemesine rağmen) Batman onu korumak için kendi canını tehlikeye atmaktan çekinmez. Batman'ın alt sınıf mensuplarına karşıysa hiçbir merhamet duygusu yoktur. Metro sahnesinde dayak yemekten kurtardığı masum sivilin kendisinden korkmasından gizli bir memnuniyet duyar. Gece kulübünde çalışanları şiddetli biçimde dövmekten kendini alamaz. Penguen'i takip sahnesinde kaza yapan hatta patlayan araçların içindekilerin can güvenliğiyle ilgilenmez. Eski yetimhane sahnesinde "damla bağımlılarını" gören Batman'ın alt sınıf umurunda değildir. Riddler sorgu sahnesinde alt sınıfların acılarını dindirmek için damla bağımlısı olduğunu ifade eder. Elitler zevk için, alt sınıflarsa acılarını dindirmek için uyuşturucu kullanır. Batman bu "ayrıntılarla" ilgilenmez. Penguen'in sorgu sahnesinde "dünyanın en büyük dedektiflerinin" çözemediği bulmacayı Penguen çözer. Bir uyuşturucu operasyonu ile Falcone'yi çökertebilecek bilgilere sahipken Penguen'i orada serbest bırakıp Riddler'in bıraktığı ipuçlarının peşine düşerler.

Riddler'in sorgu sahnesi filmin sınıfsal tarafını seyirciye bir kez daha hatırlatır. Riddler yetimhanede büyüyen "gerçek" bir yetimdir. Yenilenme fonunda biriken fonlar organize suçun finansmanında kullanılmış ve yetimlere hitap eden Thomas Wayne'nin sözleri anlamsızlaşmıştır. Gerçek yetimlerle Bruce Wayne gibi zengin yetimler arasındaki temel ayrımı Riddler, Batman'e bir kez daha hatırlatır. Riddler, kaosun yeni bir düzen meydana getirebilmesi için yapının yıkılması konusunda sonuna kadar haklıdır. Batman düzenin devamı için kaosun ortaya çıkmasını sürekli engellemeye çalışır¹⁰.

Kafesteki yarasa metaforu filmin tüm anlatı yapısını belirli bir bağlama yerleştiren bir metafordur. Riddler, sadece çözmesini istediği bulmacaları ve ipuçlarını Batman'e verir. Gerçekte Batman hiçbir olaya müdahale edemez. Seçim gecesi Riddler ekibiyle birlikte düzensizliği kaosa çevirmek ister. Şehri su altında bırakacak bombalı eylemler gerçekleştirecektir. Dibine kadar pisliğe batmış bir şehrin temizlenmesi için sular altında kalması gerekir¹¹.

¹⁰ Kaos, düzenin bozulması ve karmaşanın hakim olması anlamında kullanılmaktadır. Kaos kelimesi, Yunanca'dır ve boşluk, açıklık anlamına gelmektedir. Mitolojideyse evren yaratılmadan önceki durumu ifade eder. Kozmos bu mutlak boşluktan (kaostan) doğmuştur (Cramer, 1998). Mitolojiye göre, evren kaostan düzene doğru evrilmektedir. Modern bilime kaos kelimesinin girmesi, Boltzmann'la olmuş ve Boltzmann kaosu kargaşa manasında kullanmıştır (Gündüz ve Gündüz, 2002). Kaos, Royal Society'nin tanımına göre, determinist sistemlerin gösterdiği stokastik (rassal) davranışlardır (Medio, 1992). Daha açık bir tanımla basit ve "iyi tanımlanmış" sistemlerin gösterdikleri karmaşık davranıştır (Hilborn, 1994). Lorenz'e (1963) göre kaos, rasgele davranan düzgün yapıları düzensizdir. Kısaca söylemek gerekirse kaos, düzenin içinde beliren düzensizliktir. Batman rasgele davranan "düzgün" yapılardan hoşlanmaz. Batman rasgele olmayan yapıların inşasının peşindedir.

¹¹ Şehrin sular altında kalması, Nuh Tufanı, arınma ve küresel iklim krizinin bir temsildir. Gotham'ın temsil ettiği New York, gerçekten de küresel ısınmanın artmasıyla sular altında kalacak şehirlerden biridir. Geniş bilgi için bkz. Araos (2021).

Filme Gotham’ın sular altında kalması küresel iklim değişikliğine bir referanstır. Hem *Joker* hem de *The Batman* villainlerin bakış açısını net biçimde gösterir ve onaylar. Aynı zamanda Batman’ın da dahil olduğu “sistem muhafızlarını” iktidarsız kılar. Reagan olmasaydı da neoliberalizm yaşanacak, Gore’nin seçimi kazanması durumunda da küresel iklim değişikliği krizi yaşanacaktır. Villainlerin eylemlerinin filmin sonlarına doğru meşruiyetlerini kaybetmesi, neoliberalizmin yarattığı eşitsizliklere ya da küresel iklim değişikliğinin meydana getireceği sefalet karşısında izleyicileri pasifize eder. *The Batman*’da Batman’ın bir intikamcıdan halkı kurtaran bir kahramana evrilen kişisel dönüşümü, sadece egemenlerin dünyanın geleceğini belirleyebileceğini gösterir.

Pearson ve Uricchio (1991) kendini mülkiyet ve toplumsal düzeni savunmaya adanması nedeniyle, Batman’ı bir “hegemonya temsilcisi” olarak konumlandırır. Anne ve babasının ölümü, mülkiyet ihlalini temsil ettiği için Batman’ın “karanlık” icraatları izleyicinin gözünde meşru bir zemine taşınır. McGowan’a (2021) göre, *Dark Knight* filmi ABD’nin 11 Eylül politikalarını meşru kılmaya çalışır. Ancak *Dark Knight*’te “tercih saptırması” çalışmaz; Joker’in karizması Batman’ın önüne geçer ve bireysel çıkarlar filmde ifade edilen “doğru” kamusal çıkarlardan net biçimde ayrılır. *Joker*’de ise “tercih saptırması” son dakikaya kadar açık edilmez¹². Filmin son sahnesinde seyircinin gerçeklik algısı dağılır ve o ana kadar seyirci tarafından hazmedilmesi zor olsa da anlamlandırılabilen ve açıkça gösterilen şiddet, bir anda gizlenip meşruiyetini kaybeder. *The Batman*’de Riddler’in şiddeti sonuna kadar izleyicilere gösterilir; şiddet Riddler’in söylemiyle meşru kılınır. Tüm film boyunca Riddler’in planları sonuna kadar hayata geçirilir ve Batman neredeyse hiçbir olayı durduramaz. Son kerte Riddler’in bir anda irrasyonel bir zeminde gösterimi, filmi güçlü bir ideolojik silah haline getirir. Batman’ın kullandığı silahlar öldürücü olmasa bile teknolojiktir; *The Batman* filmi ideolojiyi silah olarak kullanır. Bu, karşı tarafın sahip olamadığı, sahip olmayı başardığıdaysa kendi yok etmiş olacağı bir silahtır.

RİDDLER VE DİJİTAL ÇAĞDA SİSTEM KARŞITI HAREKETLER

Filmin açılışı, doğrudan Riddler’in “avını dürbünle takip eden bir avcı” tasviriyle başlar. Riddler açılış sahnesinde üç suçu birden işler: izinsiz gözetim, haneye tecavüz ve cinayet. Cinayetin işlendiği sırada televizyonda seçim münazarası yapılmaktadır¹³. Riddler toplumsal dönüşümü şiddet ve şiddetin motivasyonunu

¹² Kuran (1989) kamu tercihiyle bireysel tercihler arasındaki sapmayı “tercih saptırması” (preference falsification) olarak tanımlar. Bu kavramın Joker filminin analizi için kullanımı konusunda bkz. Afşar (2022b).

¹³ *The Batman* ve *Joker*’de seçimler olay örgüsünde anlamlı bir unsurdur. Her iki filmde de villainler (Joker ve Riddler) için seçim, toplumdaki bölüşüm ilişkilerini radikal olarak değiştiremeyecektir. Özellikle Riddler için “demokratik” seçimlerin egemenlerin kendi çıkarlarını yeniden üretecek mekanizmaları meşru göstermesi dışında herhangi işlevi yoktur.

ifşa ederek sağlamaya çalışan bir karakterdir. Riddler'in ifşaları, gerçek dünyadaki WikiLeaks hareketine benzerlik gösterir.

WikiLeaks, medya çalışmalarında şeffaflık vaat eden ve bu bağlamda ifşaya dayalı bilgi birikimini internet üzerinden anonim kaynaklarla paylaşan bir organizasyondur. Ifşaları genelde devlet ve bürokrasi üzerinden yürüyerek sistemik bir etki yaratmak amacıyla yayınlamışlardır. 2006 yılında kurulan WikiLeaks bilgi paylaşmaya başlayarak, 2010 yılında ABD'nin Irak ve Afganistan'daki faaliyetleriyle ilgili gizli belgeleri medyaya sunmuştur (Fildes, 2010). 2016 yılında başkanlık seçimi sırasında Hillary Clinton'ı hedef alarak yayınladığı belgelerle Trump'ın seçimi kazanmasında rol oynamıştır (Whittaker, 2018). 2017 yılında WikiLeaks editörü Julian Assange, Melbourne'da *No more secrets, no more lies* (Artık sır yok, yalan yok) adlı bir etkinliğe katılmıştır (Aut & Loop 2017). Riddler'in de *The Batman* filmindeki ifşaları kurbanları üzerine yazdığı "no more lies" söylemiyle olmaktadır¹⁴. Burada aynı zamanda popüler kültür ve realiteyle kurulan ilişkinin bir boyutu, Riddler ve Assange arasında kurulan benzerlikte gözlenmektedir.

Riddler ve Assange'da olan temel benzerlik, ifşa temelli eylem çabalarıdır. Ifşaya dayalı bir bilgi akışının kitleleri harekete geçirme potansiyeli bulunmaktadır. Ifşa, toplumsal bilinçte bir aydınlanma yaratarak mevcut bilgi eksikliğinin yarattığı yıkımların görülmesine olanak sağlar. Riddler, aydınlanmanın şiddet üzerinden ulaşılabileceğine inanmaktadır. Dolayısıyla ifşaları genelde cinayet üzerinden yürümektedir. Assange'da ise bilginin tamamen şeffaf bir şekilde yayılarak toplumda bir bilinç uyandıracağı inancı vardır. Temelde Assange ve Riddler arasındaki en bariz fark ifşa sürecinde şiddete olan bakış açılarıdır. Assange ve Riddler arasındaki bir diğer fark Assagne'nin ifşalarını oldukça şeffaf bir şekilde medyaya sunularak eldeki bilgilerin tamamını paylaşmasıdır. Riddler ise ifşalarını parça parça yayınlamıştır¹⁵. Assange ifşaları hack kültürü ve siber korsanlıkla ilişkilendirilerek hacktizm adıyla anılmaktadır (Cammaerts, 2013). Riddler'se ifşa sürecini anarşizmle ilişkilendirir ve kaosu hedefler.

Ifşa sürecinde kurulan iletişimin niteliği, etkin bir toplumsal muhalefetin oluşmasında etkilidir. Riddler iletişim kanalı olarak teknolojik imkanları ve bulmaca metaforunu kullanır. Batman ve polislerin bilgiye ulaşmasında sürekli bir bulmacayla uğraşmaları, gerçeğe dolaylı yoldan ulaşarak bunu kabullenmelerini kolaylaştırır. Ifşanın etkilerinin öngörülebilir olması veya olmaması durumuna bağlı olarak toplumsal yapıyı nasıl etkileyeceği bilginin niteli-

¹⁴ Belediye başkanının cenaze töreninde "no more lies" söyleminin ezilenlerin sloganı haline geldiği görülür.

¹⁵ Riddler en son cinayet teşebbüsünde "to the Batman" (Batman'a) ifadesi artık "for the Batman" (Batman için) ifadesine dönmüştür. Riddler, Batman'ın gerçek kimliğini bilir; ancak ifşa etmez.

ğine ve mevcut iktidarın durumuna bağlıdır (Fenster, 2011: 757). *The Batman* filminde ifşa edilen bilgiler genelde hükümet, bürokrasi, mafya ve iş dünyasıyla ilgilidir. Bürokratların uyuşturucu ticaretine bulaştığı, kara para akladığı bir yapı mevcuttur. Mafya devlet yönetiminde söz sahibidir. İş insanları kurdukları yardım fonları aracılığıyla yasadışı faaliyetlerini görünmez kılar. Gotham şehrinin karanlık temsili, toplumsal yapıda çeşitli sorunların olduğunun bir göstergesidir. Riddler'in ifşalarıysa filmin karanlık temasının dışavurumu olarak yorumlanabilir. Riddler'in kullandığı cinayet aleti "tucker" isimli halı kazıyıcıdır. Tucker, halılarda bulunan pisliklerin temizlenmesinde kullanılan bir alettir. Filmde tucker metaforunun kullanımı, hükümet içinde ve bürokraside bulunan yolsuzlukların bu aletle kazanıp temizlenmesini anlatır. Bu, Assange'nin bilgisayar teknolojilerini bir araç (silah) olarak kullanıp hükümete yönelterek ifşalarını gerçekleştirmiş olmasıyla da benzerdir.

FALCONE VE KAPİTALİZMİN YÜKSEK TEPELERİ

Falcone kapitalist üretim biçiminin somut bir tezahürüdür. Kendi işlettiği kulübün en üst katında konumlanmıştır. Braudel'in (1979) deyişiyle kapitalizmin yüksek tepelerinde yer alan, bir başka deyişle kurallara uymak yerine kural koyucu bir kapitalisttir. Bir alt kattaysa üst düzey bürokratlar ve politikacılar kendisi için bir koruyucu kuşak oluşturur.

Gotham ekonomisine yön veren iki büyük kapitalist aile, Thomas Wayne ve Martha Arkham'ın evliliğiyle birleşir. Ailelerinin birleşmesi sermayenin merkezileşmesini sağlar. *The Batman*'ın film anlatısında Martha Wayne'nin Arkham ailesinin yöneticilerini (anne ve babasını) öldürmesiyle tüm hâkimiyet Wayne ailesinin eline geçer. Bir başka deyişle kapitalist sermaye kendisine ayak bağı olan aristokratik kökenlerinden kurtulur. Bir biçimde ailenin ölümü Wayne Şirketi için Schumpeteryan bir yaratıcı yıkımdır. Martha Wayne, bu olaydan sonra intihar girişiminde bulunur. Kısa bir süre akıl hastanesinde yatar; tüm olayın üstü Thomas Wayne tarafından kapatılır. Yıllar sonra Thomas Wayne'nin belediye başkanlığı için aday olmasıyla bir gazeteci bu olayın üstüne gider. Wayne'nin gazeteciyi rüşvetle susturamaması nedeniyle olayı Falcone'ye intikal ettirir. Falcone, Wayne'nin sorununu çözer; Falcone'nin çözümü "biraz korkutarak" bir başka deyişle gazeteciyi ortadan kaldırmak olur.

Filmin Batman'ın kapitalizm bağlamındaki en temel anlatısını bu sahnelerden sonrası oluşturur. Birbirine son ana kadar tutarlı olan iki hikâye vardır. Alfred'in anlattığı hikâye son anda Falcone'nin anlattığı hikâyeden farklılaşır. Aile imajı ve seçim kampanyasının başarılı olması için olayın örtbas edilmesini isteyen Arthur Wayne, bir anda eşi ve çocuğu için bir gazeteciyi susturan bir kahraman olarak lanse edilir. Süper kahraman mitosuyla büyülenmiş izleyici için Alfred'in naif

hikâyesi hem Bruce hem de izleyici için inanılır bir hikâyeye dönüşür. Batman'ın anne ve babasının masum olmadığı, bir başka deyişle suça bulaştıkları seyirci tarafından anlaşılır. Suç metaforu, sermaye birikiminin sürekliliği için kapitalistlerin elini kirletmesi gerektiğini gösterir. Batman'ın ateşli silah kullanmaması ve insan hayatını mülkiyetle ilişkilendirmesi, Bruce Wayne olarak başarısız bir kapitalist olduğunu anlatır. Kendisi Alfred'le olan diyaloglarında parasal meselelerle ilgilenmediğini söyler. Bruce Wayne başarısız bir kapitalisttir, lakin Batman'a dönüştüğünde verdiği mücadele, bir tür kurtarıcı olarak kapitalizmin devamlılığını sağlamak içindir.

Joker ve *The Batman* filmlerinin başarısı tam da bu formülde saklıdır. Kapitalizm tüm kirli işlerine rağmen komünizmden iyidir. Hem Riddler hem de Joker iddialarında sonuna kadar haklı olsalar bile irrasyonellikleri nedeniyle seyirci Batman'ın tarafını tutmak zorunda kalır. Falcone'nin "komünizmin" neden çöktüğüne dair soruya verdiği yanıt, tasarruftur. Falcone'nin söylem analizi bağlamında gerçek cevabıysa "onca hataya rağmen kapitalizm neden hala ayakta?" biçimindeki karşıt soruyla formüle edilebilir. Gotham'ın elitleri etik değerleri, çevreyi ve alt sınıfları "harcayarak" kapitalizmi ayakta tutarlar.

CATWOMAN VE ARZUNUN YÜCE NESNESİ

Batman, Selina'yı gözetlediği esnada Selina'nın Catwoman'a dönüşümünden erotik bir haz duyar. Kamera Batman'ın bakış açısından sahneyi aktardığı için aynı erotik hazzı seyirciye de aktarır. Selina'ya yönelik biseksüellik iması, sahneyi cinsiyetçi bir temsilden uzaklaştırır. Catwoman'a dönüşüm sahnesinden sonra Selina, hem Batman hem de seyirci için bir arzu nesnesine dönüşür¹⁶. Selina'nın öldürülen belediye başkanının kasasına yönelik gerçekleştirdiği ilk hırsızlık girişiminde Batman'ın Selina'nın şiddetine yönelik sert tepkileri, Lacancı iktidarın verdiği hazzı doruklara taşır¹⁷. Gece kulübü sahnesinde Selina'nın gözetlenmesi bir ileri boyuta taşınır ve Selina'ya olan "arzu dolu" yabancı bakışlar da Batman'le birlikte seyirciye aktarılır. Selina'nın film anlatısındaki gözetleme temalı temsili, sonraki sahnelerde Selina'nın herhangi bir erotik görünüme bürünmeksinin sağlanabilen sürekli erotizmini garanti altına alır.

Selina, Batman'a ve onun koruyucusu olduğu kapitalist değerler sistemine meydan okur. Batman'ın Selina'ya karşı fiziksel yakınlık konusunda mesafeli tutumu,

¹⁶ Çizgi roman, televizyon ve popüler filmlerde yer alan Catwoman karakterinin ırksal ve cinsel temsilini inceleyen Whaley (2011), ırkın yanı sıra cinsiyetin ve cinselliğin hayranlar arasında algıyı ve ilgiyi nasıl şekillendirdiğine dikkat çekmektedir. Catwoman karakterinin 1960'ların sivil haklar protestosu, ırksal katılım ve ırk sonrası siyasetin bir karışımı haline geldiği savunulmaktadır.

¹⁷ Race (2011), feminizmin kadınlara vadettiği politik ve toplumsal ilerleme biçimleri ile DC evreninde kadın karakterlere şiddetin giderek artması arasındaki karşıtlık *Batwoman* ve *Catwoman* karakterlerine odaklanarak incelemiştir.

ikilinin tüm yakınlaşmalarında göze çarpar. Selina'nın bu tarz kurallarının olmadığını önceki sahneleri izleyen seyirci bildiği halde Selina, Batman'ı öpmeye cüret eder. Selina, hak ettiğini düşündüğü kişileri öldürme teşebbüsünde bulunur; esas mesleği hırsızlık olduğundan mülkiyete saldırır¹⁸.

The Batman'da seyirci taraf seçmesi için özellikle filmin ikinci yarısından sonra sıklıkla manipüle edilir. Riddler'le birlikte Selina, bu manipülasyonun odağındadır. Selina Kenzie'yi yakalamıştır ve öldürülen eski belediye başkanı Mitchell'in "damla" satışında kolaylık sağlamak vaadiyle mafyayla işbirliği yaptığı için belediye başkanı seçildiği seyirciye sunulur. Mitchell sarhoşken bu bilgileri Annika adlı kıza söylediği için Falcone ve Kenzie kızı boğarak öldürür ve seyirci bu olayın ses kaydını dinler. Seyirci bu ses kaydına Falcone'nin mekanındaki sahnede bir kez daha maruz bırakılır.

Thomas Wayne'nin kurduğu "yenilenme fonu" kara para aklamak ve rüşvet vermek gibi işlerde paravan olarak kullanılmaktadır. Herşeyin başında olan Falcone son yirmi yıldır şehri yönetmektedir. Selina, Kenzie ve Falcone'yi ortadan kaldırmak isterken Batman bu ölümleri durdurmaya çalışır. Film seyirciden tüm haklı argümanlara rağmen Selina'nın aşağı ittiği Kenzie'nin Batman tarafından kurtarılmasını istemesini talep eder. Catwoman, ünlü anarşist Proudhon'un "mülkiyet en büyük hırsızlıktır" sözüne sahip çıkar ve sınıf pozisyonuyla eylemleri tutarlıdır. Kenzie veya Falcone'nin zaten kendilerine bağımlı kıldığı hukuk mekanizması altında gerçekten cezalandırılması olanaksızdır. Riddler'in şizoid arzusu, çözümü arzu devriminde bulur ve kendine benzer yeni Riddlerlar yaratarak direnişi merkezileştirir. Catwoman'ın oedipal arzusu ile Batman'ın paranoide arzusunun filmin sonunda örtüşmediği görülür ve karakterlerin yolları ayrılır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada, çizgi roman evreninden sinemaya devşirilen süper kahraman mitosunun *Joker* ile başlayan ve *The Batman* ile devam eden yeni bir anlatı izleği ve buna bağlı olarak farklı bir ideolojik çizgiyi oluşturduğu savunulmaktadır. DC, *Joker*'de Batman evreninde Batman'ın bile olmadığı bir anlatı altında ezilenlerin dünyasından bir hikaye anlatmış ve hem sanatsal hem de ticari bir başarı elde etmiştir. İdeolojik olarak Joker arketipinin irrasyonelliği (deliliği), Arthur Fleck'le (Joker) kurulan tüm özdeşleşmeyi yıkarak zımnen sistem karşıtı hareketleri de irrasyonellik zeminine itmeyi başarmıştır.

¹⁸ Filmde hem Gordon hem de Selina karakterlerinin "siyah" olması, siyah hareketi ile sistem karşıtı toplumsal hareketler arasında bağlantı kurmayı zorlaştırır. *Joker* filminde siyahların "zayıf" temsili G. Floyd Hareketi ile film arasında bir ilişki kurulmasını sağlamıştır (Seidel, 2020). *The Batman* aynı hatayı yapmaz. Dolayısıyla film sistem karşıtı hareketleri pasif konuma dahil edebilecek olan "etnik unsuru" ustalıkla kullanmıştır.

The Batman, benzer bir anlatı yapısını devam ettirerek benzer bir başarıyı elde etmiştir. Üstelik bu filmde kapitalizmin etik sorunları seyirciye açıkça gösterilmesine rağmen Riddler'in deliliği Joker'de olduğu biçimiyle seyircinin tarafını değiştirememesini garanti altına alır. Nolan'ın Dark Knight'ı ideolojik anlamda 11 Eylül sonrası devletin politikalarını meşru göstermeye çabalarken, Joker'i bir "anti kahraman" olarak meydana getirir. Nolan'ın Joker'i yeterince "deli" olmadığı için karizmasıyla Batman'ın önüne geçer. Çizgi roman evreninde deliliğinden ziyade zekası ön planda olan Riddler karakterinin *The Batman*'da son kertede deliliğiyle ön plana çıkartılması ve Joker'le aynı sahnede gösterilmesi, seyircinin tüm olumsuz olgulara rağmen sistem içinde kalması gerektiğini zımnen gösterir. Joker ve *The Batman*'ın Nolan üçlemesinden en büyük farkı rasyonelliktir. Nolan'ın Gotham'ı da pisliğe batmış bir şehirdir; dengesizlik ve kaos anlatı yapısı benzer biçimde işlemektedir. Dark Knight üçlemesindeki "villain" karakterleri eylem meşruiyetleri çok boyutlu olmamasına karşın izleyicilerin sempatisini kazanmayı başarır. Bahsi geçen üçlemede seyirci taraf seçmesi için yeterince manipüle edilmez. Gotham'ın pislikten arınması için bir umudu vardır. Joker ve *The Batman*'da ise şehrin kurtulması imkansızdır; ancak bozuk düzenin rasyonel bir alternatifi olmadığı izleyiciye aktarılır.

Her iki filmde de yüzeyde eleştirel bir perspektifin bulunduğu söylenebilir. Marvel kahramanlarından biri olan Iron Man ile Batman arasındaki temel farklılık burada ortaya çıkar. Iron Man, burjuva kimliğini saklama gereği duymaz ve sınıfsal konumunun ayrıcalıklarını izleyicilere açıkça gösterir. Batman ise burjuva kimliğini asla açık etmez. Bruce Wayne için kendi çocukluk travması nedeniyle acınası bir karakter olan Batman'la özdeşleşmek bir açıdan kolay, bir açıdan zordur. Çünkü Batman tüm "kirlî" kapitalist ilişkilerin hem mağduru hem de failidir. Ancak failliği hep gizlidir. Bu nedenle Batman evreninde sisteme dair "sözde" eleştirel bakış rahatlıkla sistemin meşruiyetini sağlamak için kullanılabilir. Iron Man gibi bir filmde sistem karşıtı bir harekete yönelik haklı bir argüman seti, filmin anlatısını ve ideolojik işlevine zarar verebilir. Bu nedenle *The Batman* filmi, süper kahraman janrı içindeki ayrıksı bir konumu temsil eder.

Batman ateşli silah kullanmamaktadır. Ancak Batman'ın kullandığı silahlar teknolojik olmalarının yanında ideolojik bir niteliğe sahiptir. Bir başka deyişle Batman'ın kendisi bizzat ideolojik bir silahtır. Bir karakter olarak Batman'ın yozlaşma anlayışıyla film olarak *The Batman*'ın yozlaşma anlayışı da farklıdır. Batman için yozlaşma sokakta, film düzlemindeyse yozlaşma, kapitalizmin yüksek tepelerindedir. Söylem analizinde tarihsel zamanla öznelerin etkileşiminin kritik bir önemi vardır. *The Batman* küresel iklim değişikliğinin krize doğru

döndüğü ve politik tercihlerin bu süreci tersine çeviremediği bir tarihsel zeminde “ilerici” olma rolünü burjuvaziden yana kullanmaktadır.

Joker, “ezilen” bir karakteri irrasyonelliği öne çıkan bir anti-kahraman haline getirerek kapitalizmin bölüşüm sorunlarının sistem içi araçlarla çözülmesinin gerekliliğini vurgulamaktadır. *The Batman* aynı anlatı izleğini takip ederek *Joker*’den daha fazlasını gerçekleştiren Riddler’i irrasyonelliğe hapsederek tüm meşru zeminin ortadan kalkmasını sağlar. *Joker*’le Riddler’in karşılaşma sahnesi iki film arasındaki bu bağlantıyı seyirci nezdinde garanti altına alır.

The Batman’da yozlaşmanın zirve yaptığı bir konjonktürde, Hollywood çizgi roman evreninden bir kahramanı polisiye bir anlatının içinde resmetmiştir. Riddler gibi güçlü bir villain karakteri kullanılarak eşitsizliklere ve adaletsizliklere karşı kök salabilecek kaosun toplumsal desteğini azaltan bir ideolojik aygıt zimnen desteklenmiştir. *The Batman*’da Alfred dışında yakınlaştığı iki kişi olan Gordon ve Selina’nın siyah olması, sistem karşıtı toplumsal hareketlerin siyah hareketiyle olan bağlantısına da saldırır. Bu çalışma Hollywood sistemi altında üretilen süper kahraman filmlerinin ideolojik konumunu ele alan literatürle uyumlu bulgular elde etmiştir. *The Batman*, ilgili literatürden sapacak unsurlara sahip olmasına rağmen söylem düzeyinde kapitalizmin tüm kusurlarına rağmen alternatifsiz bir sistem olduğunu izleyicilere aktarmayı başarmıştır.

KAYNAKÇA

Afşar, K. E. (2022a). Özel Bir Kadın Filmi Üzerinden Erken Dönem Finansallaşma Olgusu. *Eğitim Bilim ve Toplum Dergisi*, 20(77), 31-61.

Afşar, K. E. (2022b). 1978 Vergi İsyanı Perpektifinden *Joker*: Vergi İsyanlarının Mikro Temelleri, *İlkesiz Vergilere Tepkiler Vergi İsyanları içinde*. Efe Akademi Yayınları, İstanbul.

Araos, M. (2021). Democracy underwater: public participation, technical expertise, and climate infrastructure planning in New York City. *Theory and Society*, 1-34.

Aut & Loop (2017). Julian Assange: No More Secrets, No More Lies. Erişim Tarihi: 18.06.2022. <https://www.loop.co.nz/events/julian-assange-no-more-secrets-no-more-lies/>

Barker, M. (1989). *Comics: Ideology, Power, and the Critics*. Manchester University Press.

Bölükbaşı, M. (2013). Christopher Nolan'ın 'Batman Üçlemesi' Üzerine İdeolojik Bir İnceleme. *Yedi*, (9), 1-10.

Braudel, F. (1979). *Civilization and Capitalism, 15th-18th Century, Vol. 2: The Wheels of Commerce*, trans (M. A. Kılıçbay, Çev.). Paris. (Orijinal eser yayın tarihi: 1979).

Cammaerts, B. (2013). Networked Resistance: The Case of WikiLeaks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(4), 420-436.

Cramer, F. (1998). *Physics and Economics*. SPK yayınları: Ankara.

Çelik, K. & Kirel, S. (2019). Kapitalist Sistemin Muhafızları Olarak Hollywood Süper Kahramanları: Süpermen Örneği. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (34), 1-25.

Çubukçu, F. (2014). Crime and Punishment: Reframing Audience Perception of Justice in Batman Trilogy. *Journal of Academic Social Science Studies*, (29), 21-28.

Fairclough, N. (2011). Critical Discourse Analysis. In J. P. Gee & M. Handford (Eds.), *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*, (pp. 9-20). London, NY: Routledge.

Fenster, M. (2012). Disclosure's Effects: Wikileaks and Transparency. *Iowa Law Review*, 97(3). 753-808.

Fildes, J. (2010, Aralık 7). What is wikileaks?. *BBC*. Erişim Tarihi: 26.07.2022. <https://www.bbc.com/news/technology-10757263>

Fisher, M. (2009). *Capitalist Realism: Is There No Alternative?*. John Hunt Publishing.

Gündüz, G. & Gündüz, M. (2002). *Kargaşa, Kaos ve Şekil Oluşumları*. METU Press: Ankara.

Hilborn, R. (1994). *Chaos and Nonlinear Dynamics: An Introduction for Scientists and Engineers*. New York: Oxford University Press.

[https://www.the-numbers.com/movie/Batman-The-\(2021\)#tab=summary](https://www.the-numbers.com/movie/Batman-The-(2021)#tab=summary) (Erişim Tarihi: 05.07.2022).

Huckin, T. N. (1997). Critical Discourse Analysis. In T. Miller (Ed.) *Functional approaches to written text: Classroom applications*, (pp. 87-92). Washington: United States Information Agency.

- Jones, R. H. (2012). *Discourse Analysis*. London and New York: Routledge.
- Kress, G. (1990). Critical Discourse Analysis. *Annual Review of Applied Linguistics*, 11, 84-99.
- Kuran, T. (1989). Sparks and Prairie Fire: A Theory of Unanticipated Political Revolution. *Public Choice*, 61(1), 41-74.
- Lorenz, E. N. (1963). Deterministic Nonperiodic Flow. *Journal of the Atmospheric Sciences*, 20(2), 130-148.
- MacKenzie, D. (2006). *An Engine, Not a Camera: How Financial Models Shape Markets*. Cambridge: MIT Press.
- McGowan, T. (2021). *The Hero's Form Of Appearance: The Necessary Darkness Of The Dark Knight*. In The fictional Christopher Nolan (pp. 123-146). New York: University of Texas Press.
- Medio, A. (1992). *Chaotic Dynamics: Theory an Applications to Economics*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Mendelson, S. (2022a, Mart 22) Box Office: No, 'The Batman' Never Had to Top \$1 Billion. *Forbes*. Erişim Tarihi: 05.07.2022. <https://www.forbes.com/sites/scottmendelson/2022/03/22/box-office-no-the-batman-never-had-to-top-1-billion/?sh=74e4657837ef>
- Mendelson, S. (2022b, Nisan 19). Box Office: Why 'The Batman' stands out from its superhero competition. *Forbes*. Erişim Tarihi: 22.05.2022. <https://www.forbes.com/sites/scottmendelson/2022/04/19/box-office-what-separates-the-batman-from-wonder-woman-black-panther-spider-man-deadpool/?sh=3b7de9c23fe1>
- Mokoena, D. A. (2018). Black Panther and the Problem of the Black Radical. *Journal of Pan African Studies*, 11(9), 13-20.
- Pearson, R. E. & Uricchio, W. (1991). *I'm not Fooled by that Cheap Disguise*. In *The Many Lives of Batman: Critical Approaches to a Superhero and His Media*. New York: Routledge.
- Peters, T. D. (2007). Unbalancing justice: Overcoming the limits of the law in Batman Begins. *Griffith Law Review*, 16(1), 247-270.
- Popescu, S. O. (2016). The Dark Knight Rises: Christianity, Capitalism and Psychopathology. *Australasian Journal of Popular Culture*, 5(1), 49-57.

- Race, K. C. (2013). *Batwoman and Catwoman: Treatment of Women in Dc Comics* [Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi]. Dayton: Wright State University.
- Rushing, J. H. & Frenzt, T. S. (1978). The Rhetoric of “Rocky”: A Social Value Model of Criticism. *Western Journal of Communication (includes Communication Reports)*, 42(2), 63-72.
- Sanna, A. (2015). Batman: Gothic Conventions and Terror. *Aeternum: The Journal of Contemporary Gothic Studies*, 2(2), 33-45.
- Scorsese, M. (2019, Kasım 4). I Said Marvel Movies Aren't Cinema. Let Me Explain. *The New York Times*. Erişim Tarihi: 02.06.2022. <https://www.nytimes.com/2019/11/04/opinion/martin-scorsese-marvel.html>
- Seidel, J.(2020, 2 Haziran) “Man in Joker Mask Set Chicago Police Car on Fire during George Floyd Protests,” *The Chicago Sun-Times*, chicago.suntimes.com. Erişim Tarihi: 28.12.202.
- Şahin, A. (2021). Kültür Endüstrisi Bağlamında Sinema ve Amerikan Sineması. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 349-364.
- Şahin, E. (2022). Batman, Gotham ve İbn Haldun: Batman Begins’in Siyasal ve Toplumsal Anlatısının İbni Halduncu Bir Değerlendirmesi. *Sakarya İletişim*, 2(3), 1-16.
- Van Dijk, T. A. (1989). Structures of Discourse and Structures of Power (Küçük, M, Çev.). *Annals of the International Communication Association*, 12(1), 18-59.
- Whaley, D. E. (2011). Black Cat Got Your Tongue?: Catwoman, Blackness, and the Alchemy of Postracialism. *Journal of Graphic Novels and Comics*, 2(1), 3-23.
- Whittaker, F. (2018, Nisan 30). What Is WikiLeaks? Everything you need to know. *NBCNews*. Erişim Tarihi: 02.04.2022.
- Wiggins, S. (2009). Discourse Analysis. In H. T. Reis & S. Sprecher (Eds.). *Encyclopedia of Human Relationships*, (pp. 427-430). Thousand Oaks, CA: Sage
- Wodak, R. & Meyer, M. (2009). Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory and Methodology. *Methods of critical discourse analysis*, 2, 1-33.
- Žižek, S. (2012, Ağustos 8). *Dictatorship of the Proletariat in Gotham City*. *Blog da Boi Tempo*. <https://blogdaboitempo.com.br/2012/08/08/dictatorship-of-the-proletariat-in-gotham-city-slavoj-zizek-on-the-dark-knight-rises/>

MÜCBİR SEBEP Mİ, BAHANE Mİ? POLİTİK DOĞRUCULUK ÇAĞINDA SİNEMATİK ŞİDDETİ GEREKÇELENDİRMEK

Mehmet KÖPRÜ
Erciyes Üniversitesi, Türkiye
koprumehmet@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3528-8820>

<i>Atf</i>	Köprü, M. (2023) MÜCBİR SEBEP Mİ, BAHANE Mİ? POLİTİK DOĞRUCULUK ÇAĞINDA SİNEMATİK ŞİDDETİ GEREKÇELENDİRMEK. İletişim Çalışmaları Dergisi, 9,1 (45-64)
------------	---

Geliş tarihi / Received: 30.07.2022

Kabul tarihi / Accepted: 01.01.2023

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v09i1003

ÖZ

Anlatı temelli sinemada öncelik öyküde olduğu için sinematografik yöntemler genellikle bu içeriğe göre sonradan tasarlanır. Ancak görselliğin ve sinematik oyunların öncelikli olduğu bazı yapımlarda öykü, biçimi motive etmek için bir araç olarak kullanılabilir. Şiddet içeren öyküler, potansiyel grafik dinamizmlerinden ve ilkel dürtülere hitap eden dikkat çekici doğalarından dolayı biçim öncelikli sinemanın en çok başvurduğu motivasyon kaynaklarıdır. Diğer taraftan şiddet, özü itibarıyla ve travmatik sonuçları açısından medeni toplum için kabul edilemez bir eylemdir. Günümüzde şiddetin her türüne karşı tolerans hiç olmadığı kadar azdır. Toplumsal anlamda olumlu bir durum olan bu azlık, şiddet içeren sahnelerin sinematik potansiyelini kullanmak isteyen sinemacıları yeni arayışlara yöneltmiştir. Önceki dönemin basit intikam temalarının, günümüzün popüler politik kodlarıyla harmanlanması buradaki çözümlerden birisidir. Sinematik şiddetin ahlaki olarak gerekçelendirilmesi olarak adlandırabileceğimiz bu durumun etik, içerik özgünlüğüyle, sanatsal tek tipleşmeyle ve yaratım özgürlüğüyle ilgili çağrıştırdığı sorunlar ve sorular bu çalışmanın temel meselesini oluşturmaktadır. Spesifik olarak belirlenmiş filmler ya da yönetmenler olmamakla birlikte, Quentin Tarantino ve Gaspar Noé

gibi tekniğe önem veren sinemacıların 2000 sonrasındaki bazı filmleri buradaki tartışmalarda öne çıkmaktadır. Bu filmlerdeki ilgili sahneler ve temsiller, konu bağlamından çıkılmamaya çalışılarak içeriksel ve söylemsel analize tabi tutulmuştur. Konjonktürel gözlemlerle de birleştirilen bu değerlendirmeler sonucunda, şiddetin etik gerekçelendirmesinin, yeni nesil izleyici hassasiyetleriyle ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Bu hassasiyetlerin sanatsal ifade özgürlüğüyle ilgili diğer bağları da sonuç bölümünde değerlendirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Şiddet, Sinema, Etik, *Otosansür, Tek Tipleşme.*

FORCE MAJEURE OR EXCUSE? JUSTIFYING CINEMATIC VIOLENCE IN THE AGE OF POLITICAL CORRECTNESS

ABSTRACT

Narrative cinema is story-first. For this reason, cinematographic methods are often edited later, according to the story. However, in some movies where visuality and cinematic techniques are priority, the story can be used as a tool to motivate the form. Violent stories are one of the main sources of motivation for form-priority cinema because of their potential graphic dynamism and provoking primitive impulses. On the other hand, violence is an unacceptable act for civilized society because of its malignant nature and traumatic consequences. In our time, tolerance to all forms of violence is less than ever. This decrease, which is positive on the social level, causes filmmakers who want to use the cinematic potential of violent content to search for new solutions. Combining the simple revenge-oriented plots of previous years with today's popular political codes is one of the solutions to this issue. The problems and questions that this phenomenon, which can be defined as 'the moral justification of cinematic violence', evokes about ethics, content originality, artistic uniformity and freedom of creation constitute the main issue of this study. In the study, although there are no specially selected films or directors, some of the films after 2000 by filmmakers who care about the technique such as Quentin Tarantino and Gaspar Noé come to the fore. Relevant scenes and representations in these films have been subjected to contextual and discursive analysis, trying not to go out of context. As a result of these analyzes combined with contextual observations, it was concluded that the ethical justification of violence is related to new audience sensitivities. The other effects of these sensitivities on the freedom of artistic production are also evaluated in the conclusion.

Keywords: *Violence, Cinema, Ethics, Self-censorship, Uniformity.*

GİRİŞ

Toplumsal kurallar çerçevesinde ve kültürel düzende yaşamanın getirdiği gönencin bir maliyeti olarak ortaya çıkan güdusel vazgeçişler cinsellikle sınırlı değildir. Kültür ve doğa geriliminin çıkmaza soktuğu başka dürtüler de vardır. “Her uygarlık zor üzerine ve içgüdüden vazgeçme üzerine kurulmalıdır” (2000: 6) diyen Freud’un “içgüdüsel özveriler” (2000: 7) adını verdiği bu vazgeçişlerin bir bölümü şiddet ve saldırganlıkla ilgilidir. İnsanların da tıpkı diğer hayvanlar gibi, belirli bir saldırganlık güdüsüne sahip olduğu ve bu güdünün, özellikle ilkel insanların doğaya ve çevreye uyumlarında önemli bir rol oynadığı düşünülmektedir (Michaud, 1991: 66). Yani kabul etsek de etmesek de saldırganlık ve bununla bağlantılı şiddet, insan doğasının bir parçasıdır. İster evrimsel hayatta kalma ve türünü devam ettirme mücadelesinin ilkel ve zararlı bir kalıntısı olarak değerlendirilsin, isterse de libidinal enerjinin patolojik bir dışavurumu olarak görülsün şiddet doğurucu saldırganlık benzeri güdüler, her türlü yıkıcılığına rağmen bizimle birlikte var olagelmıştır. Kuralları konmuş toplumsal yaşam içerisinde bastırılması elzem olan bu dürtünün bir şekilde sızdığı ya da dışavurulduğu farklı mecralardan (insanlar arası ilişkiler, bilgisayar oyunları, sado-mazoşist cinsel fantaziler vb.) bahsedilebilir.

Edebi ya da sanatsal üretim bu dışavurum mecralarından belki de en zararsız olanıdır. Sanat, tıpkı cinsellikle ilgili bastırmaların farklı tezahürlerinde de olduğu gibi, bastırılan bu dürtünün sözel ya da görsel ikamesinde aracı bir rol almaktadır. Freud’un da altını çizdiği gibi sanat, “duyumsanan ekinel vazgeçmeler için almaşık doyumlar önerir ve bu nedenle kişiyi uygarlıktan yana gösterdiği özverilerle uzlaştırmada başka her şeyden daha etkilidir” (Freud, 2000: 12). Bastırılmış olanın kimi zaman kelimelerle, kimi zamansa plastik öğelerle dışa vurulduğu edebi ya da sanatsal farklı mecralar olmasına rağmen yedinci sanat bu konuda çok daha işlevsel görünmektedir. Farklı ifade şekillerini tek başına bünyesinde eritebilen sinema, bu özelliğinden dolayı, Freud’un bahsettiği “alışık doyumlar” için en uygun zemini sunmaktadır.

Bir film, söz sanatını (diyaloglar), anlatı oyunlarını (senaryo), koreografiyi (oyunculuk ve sahneleme), atmosferi (aydınlatma ve mizansen), ritmi (kurgu), müziği, dokunsallığı (yakın planlar) ve kendine özgü (kamera hareketleri, montaj, kadraj vb.) başka birçok unsuru belli bağlamlarda ve uyumlu bir şekilde düzenleyerek ilkel arzuların sanatsal ve üstü kapalı bir ikamesine dönüşebilir. Bu ikame, dolaylı hissettirim veya doğrudan gösterim üzerinden yapılmaya çalışılabilir. Ama doğrudan göstermek yerine ima etmek, sadece daha estetik olduğu için değil, bir kısmı bilinçaltıyla bağlantılı olan başka gerekçelerden dolayı da çok daha etkilidir. Elde edilmek istenen ama elde edildiğinde de büyüsunü kaybeden Lacancı anlamdaki arzu nesnesinin (*objet petit a*) paradoksal varlığı (ya

da yokluğu) burada en açıklayıcı gerekçe olabilir. Pornografik yapımlar, “*objet petit a*’yı doğrudan göstermek istediği için bu nesneye görünürlük kazandıramaz” (McGowan, 2012: 68). Ayrıca alımlayıcının hayal gücünü zorlamamaları da sanatsal bir vasatlık doğurur. “Her şeyi olabildiğince en açık biçimde göstermek ve sanatın en önemli kurucu unsuru olan muhayyileyi kışkırtmak pornografide dışlanmış bir olgudur” (Kahraman, 2005:201). O nedenle, gösterilemeyen ama varlığı sürekli ima edilen ya da bir şekilde hissettirilen haz unsurları, hem *objet petit a*’nın karmaşık doğasına hem de sanatsal ifadeye daha uygundur. Bakış düzeyinde de olsa bir tür elde edişin yarattığı sığığa ve büyü bozumuna neden olmadan gizemi korur.

Gizemin ve büyüün korunumu korku ve dehşet unsurları için de benzer bir şekilde işler. Kadraj dışı ya da eksiltme ile sürekli bakıştan uzakta tutulmaya çalışılan tehdit unsurlarının üzerindeki bilinmezlik, onları çok daha tedirgin edici bir hale getirir. “Korku, metafizik değilse bile, etkili olabilmesi için bir ölçü, bir gizlilik gerektiriyor: Herşeyi ortaya sermekle korku doğmuyor” (Scognamillo, 1996:361). Çünkü en büyük silahı ve diğer canlılara karşı avantajı bilgi olan insan için bilinmeyen, bilinene göre her zaman için daha tehlikelidir. Pascal Bonitzer’in de belirttiği gibi “Görme kısmiyse düşman gücül olarak her yerdedir (2006: 70)”.

Buradaki çıkarımların sağlaması, en ürpertici ya da en kışkırtıcı filmlerin, gösterme konusundaki cimrilikleri üzerinden yapılabilir. Kanın ufak lekeler olmanın ötesine geçemediği, öldürme eylemlerinin ise parçalı kurguyla neredeyse görünmez hale geldiği Alfred Hitchcock gerilimlerinin, her biri birer kan şölenine dönüşen B sınıfı işkence filmlerine (*slasher movies*) göre çok daha huzursuz edici olması ya da ihtiyatlı erotik sinemanın pornografik filmlere göre daha akılda kalıcı olması burada somut veriler olarak durmaktadır. Ama neredeyse ampirik sayılabilecek bunca veriye rağmen farklı türlerden birçok film yine de dolaylı anlatım yerine sinemanın doğrudan temsil gücüne bel bağlamaktadır. Bu doğrudanlık çok farklı nedenlerle ve çok farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Örneğin Catherine Breillat ya da Gaspar Noé gibi Yeni Fransız Aşırıcılığı’na örnek gösterilebilecek yönetmenlerin filmlerinde; sanatsal bağlamda yıkıcı, ahlaki tabular ya da toplumsal kabuller noktasında ise provokatif bir estetik arayışın izleri bulunabilir. Bu tür izler, söz konusu filmleri sıradan pornografiden ayıran ereksel özelliklerdir. Estetik ve sanatsal bağlamda ise çok daha fazla araç bulunabilir. Öyküleme aşamasından itibaren incelikle tasarlanmış bir sanat filmi ile sıradan video kameralarla tripod bile kullanılmadan kaydedilmiş alelade çekimler arasındaki fark ilk bakışta hissedilecek kadar nettir.

Cinsellikle ilintili görünürlüğün ayrımı bu şekilde rahatlıkla yapılabilse de söz konusu şiddetin ve vahşetin çıplaklığı olduğunda ayrım bu kadar kolay

olmayabilir. Çünkü şiddet, asgari düzeyde de olsa daha planlı bir yapım süreci gerektirir. Ama bu ayrımındaki tek zorluk, şiddeti göstermenin cinselliği göstermeye göre daha fazla prodüksiyon emeği gerektirmesi değildir. Şiddet tanımının muğlaklığı, göreceliliği ve çeşitliliği de burada bir zorluk olarak durmaktadır. Aşırı sevgi gösterilerinin bile bir tür duygusal şiddet (*love bombing*) olarak kabul edilmeye başlandığı günümüzün naif ve kırılğan kültürel atmosferinde şiddeti tanımlamak ve onun sınırlarını çizmek oldukça zor görünmekte. Diğer taraftan Hannah Arendt'in "şiddetin yüzyılı" (1996: 7) dediği geçtiğimiz asra ait makul tanımlar ve sınırları daha belirgin taksonomiler bile fazlaca çeşitlilik gösterebilmektedir. Bu çeşitliliğin başlıca nedenlerinden biri, kavramın çok fazla alanı ilgilendiren göreceliliği. Psikolojik düzlemde şiddet olarak kabul edilen bazı eylemler, hukuksal olarak legal görülebiliyor. Ya da 'toplum vicdanı' gibi sübjektif ve spekülatif teraziler, baskın güncel değerlerle amorflaştıkları için yanlış şiddet derecelendirmelerinin önünü açmaktadır. Kavramın aynı anda çok fazla anlama gelecek kadar geniş olması da bu göreceliliği destekliyor. Michaud'nun da belirttiği gibi şiddet; "cinayet, işkence, darbe (vuruş) ve etkili eylem, savaş, baskı, suçluluk, terörizm vb." (1991: 5) gibi olguları karşılamak için kullanılabilir.

Birbirinden çok farklıymış gibi görünen bu kavramların hepsi de aslında Étienne Balibar'ın "sınırların aşılmasını" temel alarak yaptığı "benliğin sınır taşlarına -ya da bariyerlerine, kalkanlarına, yasaklarına, sınırlarına vb.- tecavüz edilmesi" şeklindeki genel şiddet tanımıyla örtüşür (Balibar, 2014: 19). Bu genel tanım içindeki 'yasaklar ve sınırlar da' bir tür göreceliğin ve belirsizliğin (her bireyin yasakları, 'kırmızı çizgileri', hassasiyetleri vs. birbirinden farklı olabilir) önünü açıyor gibi görünse de, konuya şiddetin dar anlamıyla, yani fiziksel şiddet açısından baktığımızda bazı net çizgilerle karşılaşabiliriz. "Dar anlamıyla şiddet tanımında, tartışılmaz ve ölçülebilir nitelikleriyle, fiziksel şiddet tektir. İnsanların bedensel bütünlüğüne karşı dışarıdan yöneltilen sert ve acı verici bir edimdir" (Ünsal, 1996: 31). Sınır aşımli genel tanımla fiziksel temelli dar anlam birleştğinde, sinemada en çok suistimal edilen şiddet türüne biraz daha yaklaşıyoruz. Çünkü bu yaklaşım tam da grafik şiddet için ihtiyaç duyulan görünür şiddetin failini ve maktulünü açıklar mahiyettedir.

Filmlerde karşımıza çıkan ve görsel anlamda en rahatsız edici olan şiddet sahneleri genellikle bedensel bütünlükle ilgili olanlardır. Bedensel sınırın mutlak varlığının ihlaliyle ortaya çıkan parçalanmış bedenler, fişkırkan kanlar, ortaya dökülen organlar şiddet pornografisinin en sevdiği görüntülerdir. Bu görüntülerin seyirci tarafından neden talep edildiği ve bunların neden üretildiği gibi sorular antropoloji, psikanaliz ya da sosyal psikoloji gibi alanların hepsini birden ilgilendiren geniş bir tartışma zemini sunarken, bu tarz filmlerin günümüz

‘politik doğruculuk’ çağında bile kendilerini kabul ettirebilmiş olmaları da, en azından sinema alanı için, başlı başına ilginç bir konu olarak durmaktadır. Çünkü Slavoj Žižek’in “korku politikasının ideal liberal biçimi” (Žižek, 2018: 48) olarak tanımladığı siyaseten doğruculuk, aşağıda daha da detaylandırılacağı gibi, yeni bir tür püritenizmin ve bununla bağlantılı sansür mekanizmasının kültürel altyapısını oluşturmuştur. “Her şeyden önce bir ahlak projesi” (Furedi, 2001: 203) olan siyaseten doğruculuğun ürettiği bu mekanizma içerisinde en az tahammül edilebilecek konulardan biri de, tahmin edilebileceği gibi, bedensel dokunulmazlığın görsel eğlence nesnesi haline getirilerek sömürülmesidir.

Buradaki azalan ‘tahammül’ün miktarını belirleyen iki temel faktör vardır. Bunlardan ilki seyircinin beklentisidir. Diğeri ise filmin şiddeti hangi amaç ve gerekçeyle kullandığı. Filmleri sadece eğlence amacıyla izleyen ve genellikle aksiyon, korku ya da gerilim türünden hoşlanan bir seyircinin görsel şiddetle ilgili beklentisi ve bununla ilgili tahammül derecesi oldukça uç noktalarda olabilir. O nedenle *İhtiyar Delikanlı (Oldeuboi)*, Park Chan-wook, 2003) benzeri sert aksiyonların ya da *Teksas Katliamı (The Texas Chain Saw Massacre)*, Tobe Hooper, 1974) benzeri istismar filmlerinin gerekçelendirmeyle ilgili çok fazla çaba harcamalarına gerek yoktur. Öykünün diegetik gerçekliğine ve olay örgüsünün neden-sonuç zincirine uyduğu sürece intikam peşindeki bir protagonist (ana karakter) ya da gözü dönmüş bir antagonist (karşı karakter) her türlü vahşeti görsel bir sömürüye dönüştürebilir. Bu nedenle, filmlerdeki sert sahneler için gerekçeler üretme noktasında en rahat olan sinemacılar, bu tür izleyici kitlesine yönelik filmler yapanlardır.

Diğer taraftan, anlatacakları öykülerin seçiminde ve bunların sinematografik sunumunda daha özenli olan içerik odaklı yönetmenler, şiddeti görsel bir sömürü nesnesi olarak değil de, ele aldıkları temanın olabildiğince gerçekçi ve etkileyici bir sunumunu yapmak için dramaturjik bir araç olarak kullanabilmektedir. *Kızgın Boğa (Raging Bull)*, Martin Scorsese, 1980), *Baba (The Godfather)*, Francis Ford Coppola, 1972) veya *Er Ryan’ı Kurtarmak (Saving Private Ryan)*, Steven Spielberg, 1998) gibi sert içeriklere (boks, mafya veya savaş) sahip yapımlarda karşımıza çıkan şiddetin temel gerekçesi, ne kadar rahatsız edici olursa olsun öykü dünyasının talep ettiği eylemlere ve görüntülere mümkün olduğunca sadık kalınmasıdır. Hollywood’un ‘pragmatik üslubuna’ (Bordwell’den aktaran Elsaesser ve Hagener, 2014: 64) uygun hareket eden bu yapımlardaki temel stratejiyi ‘anlatı neyi talep ediyorsa ona uymak’ şeklinde özetleyebiliriz.

‘İstismar amaçlı şiddet’ ve ‘öykü için şiddet’ olarak karakterize edebileceğimiz bu iki kategorinin dışında bir de ‘sinematik gösteri amaçlı şiddet’ grubundan bahsedebiliriz. Şiddeti neredeyse bir tür görsel seremoniye dönüştüren bu filmlerin yaratıcılarının en önemli ortak özellikleri sinemaya ve kendilerinden

önceki filmlere olan hayranlıklarıdır. İtalyan yönetmen Sergio Leone'nin yönettiklerinin başı çektiği 'spaghetti western'leri ya da günümüzden en net olarak Quentin Tarantino filmlerini örnek olarak gösterebileceğimiz bu gruptaki yapımlarda şiddet, diğer birçok anlatsal ya da stilistik bileşende olduğu gibi, hayranlık duyulan önceki yapımlara, politik ya da eleştirel parodiden arındırılmış ölü göndermeler (pastiş) içerirler. Gerçekçilikten ziyade gösteri ön planda olduğu için rahatsız edicilikten de uzaktırlar. Kurgu ritmiyle, müzikle, gösterişli mizansen elemanlarıyla ve ilgi çekici kamera hareketleriyle süslenen şiddet eylemleri korku, endişe ya da tiksinden ziyade bir tür 'grafik haz' uyandırırılar. Ancak, günümüz koşullarında, bu tür filmlerin hitap ettiği sınıfların olumlu yönde artan duyarlılıkları ve hassasiyetleri buradaki hazı sekteye uğratabilecek düzeydedir.

O nedenle, vicdani rahatsızlığı azaltacak hafifletici nedenler ya da hukuk literatüründeki ismiyle 'mücbir sebepler' günümüzde en çok bu tür filmler için gerekli hale gelmiştir ve burada da genel olarak bu üçüncü guruba odaklanılacaktır. Daha spesifik olarak ise, 2000 sonrası bazı popüler filmler ile özellikle festival izleyicisini hedefleyen bazı alternatif sinema örneklerinin şiddeti gerekçelendirme konusundaki titiz çabaları inceleme konusu yapılacaktır. Konu akışına göre tipik örnekleme yöntemiyle seçilecek olan filmlerdeki söz konusu çabayı yansıtan karakter temsilleri ve öykü unsurları, büyük oranda eleştirel söylem çözümlemesiyle değerlendirilecektir. Ama bunlara geçmeden önce, söz konusu etik gerekçelendirme girişimlerinin neden özel olduğunu anlayabilmek amacıyla, sinema tarihi içerisindeki görünür şiddetin genel bir kronolojisini çıkartmak faydalı olabilir. Böylece önceki yıllardaki grafik şiddet ile daha yakın dönemli olanlar arasındaki ayrımın neler olduğuna daha doğru bir perspektiften bakabiliriz.

Görsel Şölen Olarak Şiddet

Şiddet ve sinema ilişkisi, neredeyse sinema tarihi kadar eskidir. Özellikle ticari sinema, *Büyük Tren Soygunu* (*The Great Train Robbery*, Edwin S. Porter, 1903) gibi ilk örneklerde de görüldüğü gibi, erken dönemlerinden itibaren suç ve şiddet ile iç içe olmuştur. Ticari amaçları gereği seyircinin kolaylıkla ilgisini çekebilecek her türlü tematik ve görsel materyale özel bir ilgisi olan popüler sinemanın böyle bir olguya ilgi göstermiş olması çok da şaşırtıcı değildir aslında. Çünkü bireysel olarak doğrudan deneyimlenen şiddet ne kadar rahatsız ediciyse, başkalarının başına gelen şiddet de o derece ilgili çekici olabilmektedir. Bu nedenle popüler sinema içerisindeki farklı türler, kendi tür uzlaşmalarının gereklilikleri ve hedef izleyici kitlesinin beklentileri doğrultusunda, farklı derecelerde ve şekillerde bu olgudan faydalanmışlardır.

Örneğin *Büyük Tren Soygunu*'nu da dahil edebileceğimiz Western sinemasında, “iyiyle kötü arasındaki çatışmanın şiddetli eylemle yalın biçimde çözülmesi” (Wright'tan aktaran Abisel, 1995: 51) genel bir yaklaşımdır. Ancak bu eylemin sunulduğu şekli, görünürlüğü ve bedenle olan ilişkisi gibi önemsiz sayılamayacak unsurlarda zaman içerisinde ciddi değişimler yaşanmıştır. Örneğin John Ford filmleriyle özdeşleşen klasik westernlerde, batıda yaşamın ağır ve istenmeyen bir bedeli olarak ortaya çıkan zorunlu şiddet, kısmen daha ‹temiz› sunulur. “Klasik ‘Western’ de ölümlerin sayısı abartılmazdı, şiddet son bölümde patlıyordu, kaçınılmaz ve gerekli bir hesaplaşmada” (Scognamillo, 1996:358). Bu kaçınılmaz hesaplaşmada silahlar patlasa da bunlardan çıkan kurşunların bedende neden olduğu fiziksel tahribatın izleri çok fazla gösterilmez. Ölümler hızlı ve neredeyse kansızdır. Çatışmalar daha çok orta ya da genel planlarda verilir. Yakın plan ya silahlara uzanan ellere ya da acıyla kıvranan yüzlere odaklanır. Kurşunun açtığı yaraların yakın plan görüntülerinin klasik westernde neredeyse hiç yeri yoktur. Çok az görünen kan teknolojik bir zorunluluk olarak da zaten renksizdir. “Dünkü şiddet, sansürlerin de baskısı ile, ‘ilkel’ ve ‘denetimli’ bir şiddet oluyor seyirciyi halen sarsmaktan, tedirgin etmekten kaçınan. Ve kanın rengi siyah iken etkisini çokça kaybediyor” (1996: 358) diyen Scognamillo bu dönemdeki genel durumu özetler.

Ancak altmışlara gelindiğinde durum biraz değişir. “Şiddet her zaman westernin öne çıkardığı bir öğe olmakla birlikte bunun film içindeki ağırlığı, yoğunluğu ve sergilenişi değişmiş, altmışlarla birlikte, kan aracılığıyla görselleştirilmeye başlanmıştır” (Abisel, 1995: 55)”. Örneğin 1969 yılına ait Sam Peckinpah filmi *Vahşi Belde (The Wild Bunch)*, açılış sekansından itibaren isminin hakkını veren yoğun bir şiddet seremonisi sunar. Bedensel tahribat ve kan saklanmak yerine daha da görünür hale gelir. Peckinpah filmlerindeki kadar olmasa da dönemin diğer suç ve western yapımlarında da benzer bir görünürlükten bahsedilebilir. Robert Kolker, western türünde de filmler ortaya koyan Arthur Penn'in çektiği biyografik bir suç hikayesi olan *Bonnie ve Clyde (Bonnie and Clyde, 1967)* üzerine yaptığı değerlendirmede, altmışlardaki bu dönüşümün şeklini, genel seyrini ve daha da önemlisi bunun toplumsal bağlamdaki makro gerekçelerini şu şekilde açıklar:

“*Bonnie and Clyde*’ı yaparak, Penn perdede hızlı ve görece olarak temiz olabilecek şiddet yüklü ölümü onaylayan yönetmen ile izleyici arasındaki olumlu ve çok önemli bir sinemasal ilişkiyi parçalar. Bir kurşunun neden olduğu kan lekesine izin verilirdi ama yalnızca birazına. Penn, *Psycho* ile başlayan geleneği güçlendirdi. Şiddet yüklü ölüm artık bir doğrudanlık oluşturmamak ve bir fiziksel yankı yaratmaktır; anatomik ayrıntı duygusu oluşturmaktır. Bu yeni öğenin belirli tarihsel gerginliklerden çıktığına

şüphe yok. Penn'in yalnızca *Bonnie and Clyde*'da değil, *The Chase*'de ve *Four Friends*'de de göndermede bulunduğu Kennedy suikastı ve Vietnam Savaşı, yani 1960'larda Amerika'nın yaşadığı iki travma, kültürü fiziksel acı çekmenin ayrıntılarıyla tanıştırdı ve bu ayrıntıları köklü bir biçimde duygusal bağlam içine yerleştirdi". (Kolker, 1999: 70)

Bu politik ve toplumsal arka planın yanında, filmlerdeki şiddetin görünümünü değiştiren bazı sinema içi dinamikler de söz konusudur. Mesela şiddet içerikli materyallerin gösterimini de düzenleyen ve 'Code' olarak bilinen Hollywood yapım yasasının son kısıntıları 1968 yılında kaybolur ve sansür etkisini iyice kaybeder (Prince, 2003: 1). Diğer taraftan elliler ve altmışlar, aynı zamanda, Avrupa ve Amerika'da sinemasever bir yönetmen kuşağının film yapım alanına aktif olarak girmeye başladığı bir dönemdir. Eskinin el yordamıyla, başka alanlardan ilham alarak, keşfederek ve hayatı gözlemleyerek ilerleyen yönetmen kuşağının yerini yavaş yavaş, filmlerle büyümüş ve hayran oldukları yönetmenler gibi film yapmak isteyen yeni bir kuşak almıştır. Bu genç yönetmenlerden bazıları referans aldıkları yönetmenleri ve filmleri yapı bozumuna uğratarak ve dönüştürürken (örneğin Fransız sinematek çevresinden gelen Yeni Dalgacılar), diğer bir kısmı benzer filmler ve benzer teknikler kullanarak daha çok taklit yolunu seçtiler.

Amerikan coğrafyasıyla ve yaşam şartlarıyla özdeşleşmiş bir türün (western) Avrupalı sinemacılar tarafından ithal edilmesi, bu hayran taklitçiliğinin en ilginç örneklerini oluşturmaktadır. Aralarında Yeşilçam'ın da olduğu birçok ülke sineması western türüyle ilgili denemeler yapmış olsa da buradaki en önemli pay şüphesiz İtalyan sinemacılara aittir. Öyle ki, 'spagetti western' olarak isimlendirilen bu alt türe ait olan bazı filmler zamanla, orijinal westernlerden bile daha çok bilinir hale gelecektir. Çoğunluğu Sergio Leone tarafından çekilen İtalyan tarzı westernlerin bu kadar ilgi görmesinin arkasındaki en önemli nedenlerden biri, türe ait en sevilen kodların ve nerdeyse ikonikleşmiş klişelerin şiirsel ve stilize bir dille yeniden üretilmesidir. Ama Amerikan orijinli gerçek westernlerin aksine bu yeniden üretimin düşünsel ve politik motivasyonu oldukça zayıftır. "Bu filmler, yalnızca hakiki Amerikan westernlerinin göstergelerini (tabanca, manzara, anlatı dizimi ya da olay örgüsü) kullanırlar; derin yapısal kalıplardan yoksundurlar" (Abisel, 1995: 93). Yani yapılan şey genellikle içi boşaltılmış stilize bir taklit ya da daha doğru bir kavramlaştırmayla bir tür pastıştır.

Spagetti westernlerdeki bu amaçsız stilizasyonun dönüştürdüğü şeylerden biri de silahlı ya da silahsız çatışmalar, kavgalar ve bunlara benzer genel şiddet eylemleridir. 'İşlevsel ve kaçınılmaz şiddetin abartılmadığı' (Scognamillo, 1996: 358) John Ford sinemasının kısmen daha gerçekçi sunumunun aksine Sergio Leone westernlerinde şiddet, anlatısal bir araçtan ziyade, gösterilmesi ve

sömürülmesi gereken biçimsel bir amaca dönüşür. Özellikle düellolar, bilinen silah çekme ritüellerinin abartılmasıyla adeta törenselleşir. *Bir Avuç Dolar İçin* (*Per qualche dollaro in più*, 1965) ve İyi, Kötü, Çirkin (*Il buono, il brutto, il cattivo*, 1965) gibi en bilinen Leone filmlerinde “zorla uzatılmış, ciddiyet ölçüsünü kaçıran nihai düelloda, rakipler, aynen bir sirkte olduğu gibi birbirinin etrafında dönerek ‘bir ölüm balesi’ (Dadalsen) koreografisi çizerler” (Atayman, 2004: 30). Öldürmek ve ölmek, vahşi batıda yaşamının gerektirdiği bir zorunluluk olmaktan çıkıp bir tür sinematik şölene döner. Yakın planların bile panoramik manzaralara dönüştüğü geniş plan çerçeveler, mekân algımızı altüst eden odak kaydırmalar (zoom yaklaşımlar ve uzaklaşımlar) ve derinlikli mizansenler, folklorik kovboy ezgileriyle orkestral müziğin harmanlandığı Ennio Morricone bestelerinin de desteğiyle iyiden iyiye epikleşir. Çekilen silahlar ve yere serilen bedenler, western hayranı İtalyan yönetmenin melez ve epik estetiğinin içinde acı vermekten ziyade adeta bir tür sinematik hazzla dönüşür. Çünkü o, anlatmak istediği öyküye uygun sinematik araçlar arayan klasik western yönetmenlerinin aksine, görselleştirmek istediği sahnelere uygun öyküler arayan sinefili bir yönetmendir.

Hala film çekmekte olan daha genç bir sinemasever yönetmen ise, içerik ve biçim arasındaki zamansal ve nedensel ilişkiyi tersine çevirme ve grafik şiddeti de buna alet etme noktasında Sergio Leone’yi de geride bırakır. Amerikalı yönetmen Quentin Tarantino için de önemli olan bir öykü anlatmak değil, gençken çalıştığı video kiralama dükkanında izleme şansı bulduğu farklı türden sayısız filmdeki biçimsel oyuncakları kullanabileceği bir ortam yaratmaktır. “Sinema anlayışını yaşam üzerine değil, seyretmiş olduğu çok sayıda film üzerine kuran, günlük yaşamı değil, bize reklamlarda sunulan yaşamı anlatan bir sinemacı Tarantino” (Kutlu, 1996: 356). O nedenle onun sinemasındaki şiddetinin sanatsal kaynaklarına ve referanslarına bakmak, sinema tarihi içerisindeki görselleşmiş şiddetin bir özeti gibidir. Örneğin Akira Kurosowa’nın tarihsel uyarlamalarında sınırlı ve yerinde kullanımlarını gördüğümüz, ama sonraki yıllarda B sınıfı uzak doğu aksiyonlarının değişmez bir unsuru olan kılıçla doğranan bedenlerin ve bu bedenlerden fişkıran kanın türlü versiyonlarını *Kill Bill* [*Kill Bill: Volume 1* (2003) ve *Kill Bill: Volume 2* (2004)] serisinde görebiliriz. Bir manga uyarlaması olan *Lone Wolf and Cub: Baby Cart in Peril*’deki (*Kozure Ôkami: Oya no kokoro ko no kokoro*, Buichi Saitô, 1972) dudak koparma, jidaigeki (dönem draması) türünden bir aksiyon olan *Lady Snowblood*’daki (*Shurayukihime*, Toshiya Fujita, 1973) bedeni kılıçla iki bölme, yine bu tür dövüş sanatı filmlerinde sıkça görülen parmakla göz oyma gibi beden bütünlüğüne yönelik eylemler *Kill Bill* serisinde karşımıza çıkan diğer pastişlerdir. Yine *Lady Snowblood* referansı ile karşımıza çıkan beyaz kar üstündeki kırmızı kan gibi uygulamalar ise şiddeti grafik bir avantaja dönüştürmenin örnekleri olarak değerlendirilebilir.

İntikam temasının her iki filmin de merkezinde olması, *Lady Snowblood* ile *Kill Bill* serisini anlatı düzeyinde de birbirine yaklaştırır. *Lady Snowblood*'un kahramanı Yuki Kashima (Meiko Kaji) ailesinin erkeklerini öldüren ve annesine tecavüz eden adamları bulmaya çalışırken, *Kill Bill*'in Bride (Gelin) kod adlı ana karakteri (Uma Thurman) kendisini öldürmeye çalışan eski iş arkadaşlarını (ya da suç ortaklarını) aramaktadır. Bu karakterlerin her ikisi de kadındır ve yine her ikisi de intikam arzusuyla yanıp tutuşmaktadır. Yuki ve Bride'nin intikam için oldukça haklı gerekçelerinin olması, onların yapacakları her türlü eylemi de hoşgörüle karşılamamıza neden olmaktadır. Görsel ve işitsel olarak son derece stilize edilen şiddetin bu şekilde haklı gerekçelere dayandırılması, seyirci için de farklı türde bir katharsisin önünü açmaktadır. Bu, ilkel ve yabani bir güdünün tatmininden doğacak olan 'uygar huzursuzluğun' da bertaraf edildiği 'hak edilmiş' bir hazdır.

Ancak Tarantino sineması söz konusunu olduğunda bu bağlamda farklı bir durum daha dikkat çekmektedir. Amerikalı yönetmen *Rezervuar Köpekleri* (*Reservoir Dogs*, 1992) veya senarist, oyuncu ve yapımcı olarak destek verdiği *Günbatımından Şafağa* (*From Dusk Till Dawn*, Robert Rodriguez, 1996) gibi maskülenitenin ağır bastığı önceki dönem filmlerinde bu tür bir gerekçelendirmeye ihtiyaç duymazken ve neredeyse sadece 'eğlence için şiddet' mottosuyla filmler çekerken, 2000 sonrasında yapılmış olan *Kill Bill: Vol. 1* (2003), *Kill Bill: Vol. 2* (2004), *Soysuzlar Çetesi* (*Inglourious Basterds*, 2009) ve *Zincirsiz* (*Django Unchained*, 2012) gibi filmlerinde böyle bir kaygı taşıyor gibi görünmektedir. Bu değişim, Tarantino sinemasında belli belirsiz gibi görünse de, yaşadığımız dönemin ruhuyla ilişkili olan daha genel bir dönüşümün yansımaları olarak okunduğunda önemli ve ilgi çekici veriler sunmaktadır.

Politik Doğruculuk Çağında Görsel Şiddet

Scognamillo'ya göre kanların kaligrafisiyle birlikte "ölmenin ve öldürmenin koreografisini çizen" Tarantino sayesinde şiddet kendi post-modernizmine kavuşur (Scognamillo, 1996: 359). Gerçekten de, Jameson'un "boş bir parodi, kör bir heykel" (Jameson, 2011: 56) olarak tanımladığı ve postmodern kültürel üretimin en önemli belirtilerinden olan pastiş uygulamaları, Tarantino'nun kanlı şiddet sahnelerinin bir çoğunda karşımıza çıkar. Yönetmen, görsel ve biçim olarak popüler kültürden (çizgi romanlar, Kungfu filmleri, video pazarı için çekilen B sınıfı aksiyonlar, animeler vb.) referanslar taşıyan şiddet unsurlarını, son derece gösterişçi ve stilize bir şekilde anlatılarının içerisine yedirir. Ölüm sahnelerini, Kutlu'nun (1996: 355) değımiyle, gözümüzün içine sokar. Ölmek ve öldürmek, hikâyenin anlatısal bir unsuru olmaktan ziyade, sinematik gösterinin bir parçası olur. En azından, Scognamillo ve Kutlu'nun burada alıntılanan düşüncelerinde örnek olarak gösterdikleri *Rezervuar Köpekleri* gibi erken dönem filmlerinde durum genellikle bu şekildedir.

Başarısızlıkla sonuçlanan bol ölümlü bir soygun girişimini anlatan ve şimdiki zamanı tek mekânda geçen öyküsünün geriye dönüşlerle tamamlandığı akronik bir zamansal yapılanması olan *Rezervuar Köpekleri*'nin, içerikten ziyade stilistik ve anlatsal denemelere odaklandığı söylenebilir. Filmin ve yönetmenin herhangi bir politik, ideolojik ya da varoluşsal derdi yok gibidir. Diyaloglar, suçlar, cinayetler ve diğer tüm eylemler, öykü içerisindeki karakterler açısından bir amaca bağlansa da, yönetmenin söylemek isteği şey ya da varmak istediği sonuç konusunda herhangi bir yere bağlanmazlar. Burada da, *Ucuz Roman (Pulp Fiction, 1994)* ve *Jackie Brown (1997)* gibi diğer 2000 öncesi Tarantino filmlerine benzer şekilde önemli olan biçimsel numaraların, pastiş stilin ve sinematik gösterinin kendisi gibidir. Tema ve öykü bu gösterinin bir bahanesidir sanki.

2000'den (özellikle de 2009'dan) sonraki bazı Tarantino filmlerinde ise bu düşünsel ereksizliğin kısmen kaybolduğunu ve politik bir bilincin az da olsa ortaya çıkmaya başladığını söyleyebiliriz. Ancak bu bilinç, mevcut kapitalist sistemin ve neo-liberal dünyanın baskın değerleriyle çelişecek ya da onları eleştirecek bir potansiyelde değildir. Bireyin hak arayışı, ırkçılık, kölelik, özgürlük ya da etnik soykırım gibi nerdeyse tüm medeni dünyanın üzerinde hem fikir olduğu meselelerle ilgili düz bir politikliktir bu. Örneğin Yahudi kökenli Amerikalı askerlerin kurduğu bir suikastçı timinin Fransa'daki faaliyetlerinin eğlenceli Tarantino üslubuyla aktarıldığı *Soysuzlar Çetesi (Inglourious Basterds, 2009)*, Nazilerle ve onların işlediği insanlık suçlarıyla ilgili yeni ya da farklı bir şey söylemez. Nazi askerleri yine soğuk kanlı psikopat katillerdir ve bu nedenle onlara karşı uygulanacak her türlü şiddet mubahtır. Tıpkı bol kanlı FPS (*First Person Shooter*) mantığındaki üç boyutlu video oyunlarıyla tanınan ve özellikle *Doom* isimli oyundan dolayı muhafazakâr ailelerle mahkemelik olan ID software'in, ana hedefi zombilerden Nazilere kaydırarak (*Wolfenstein*) çocuklarının 'ahlakını' korumaya çalışan ebeveynlerin tepkisini yumuşatması gibi Tarantino da, gösterişli şiddet sahneleri için daha kabul edilebilir bir hedef ya da René Girard'ın değimiyle yeni bir "feda edilebilir kurban" (Girard, 2003: 5-6) bulmuştur sanki.

Cango'nun İntikamı (Django, Sergio Corbucci, 1966) isimli spagetti westernden isim olarak ilham alsa da olay örgüsünde oldukça farklılaşan *Zincirsiz*'de ise bu makulleştirme girişimi daha da belirgindir. Çünkü orijinal filmde sevdiği kadın için her türlü çatışmayı göze alan ana karakter Django (Franco Nero) mavi gözlü bir beyazken 2012 yılındaki Tarantino versiyonunda benzer bir amacı olan karakter bu kez siyahı bir Amerikalıya dönüşür. Böylece orijinal öykünün içindeki bireysel kurtarma öyküsü, yeni versiyonda, Amerika'nın kölelik yıllarıyla da hesaplaşan ve gösterişçi Tarantino sinemasının pek de adeti olmayan ufak çaplı bir politik arka plan kazanır.

Görüldüğü gibi bu filmlerdeki politik söylemler, örneğin özgürlük, demokrasi, modern dünya, insan doğası, burjuva ahlakı ya da cinsellikle ilgili inandığı şeyleri çekinmeden filmlerine ya da konuşmalarına taşıyabilen eskilerden Luis Buñuel ya da yenilerden Lars von Trier gibi gerçek provokatif yönetmenlerden farklı olarak, güncel ve baskın değerlerle çelişmezler. Tarantino bu filmlerinde aykırı şeyler söylemekten ziyade genel kabul gören ve onaylanan fikirlerin arkasına sığınarak, filmlerindeki grafik şiddetin bir tür günah çıkarmasını yapar gibidir. Eski filmlerindeki amaçsız maskülen şiddeti, daha eşitlikçi, daha özgürlükçü, daha dişil, daha barışçıl ya da daha liberal düşüncelerle süsleyerek festivallerin duyarlı seyirci kitlesine de göz kırparlar. Yönetmen, kullanmaktan vazgeçemediği abartılı ve kimileri için rahatsız edici olan vahşi ve kanlı sahnelerin alabileceği olası tepkileri, anlatıya serpiştirdiği ‘siyaseten doğrucu’ argümanlarla bir parça da olsa yumuşatır. Bu ve benzeri yaklaşımlar, “yeni etiket” sisteminin doğurduğu sansür mekanizmasının ‘yumuşak’ işleyişine de ideal birer örnektirler aslında. Frank Furedi, siyaseten doğruculukla ilişkilendirdiği bu sistemin işleyişini örneklendirerek şu şekilde açıklar:

“Yeni etiket insan davranışlarını düzenlemenin alternatif bir yoludur. Sorumluluk taşıyan davranışlara yapılan vurgu, kişisel yaşama müdahale etme tehdidini her zaman için örtük olarak barındırır. Yeni etikete müdahale etme dinamiğini kazandıran da bu ahlakçı yönüdür; geleneksel ahlakın başarısızlığı yeni etikete özgüven ve otorite kazandırır. Ortaya, yargılama, sansürleme ve cezalandırma hakkına sahip olduğunu düşünen otoriter bir ahlak anlayışı çıkar. Bu otoriter ahlakın, değer yargısı içermediğini ve güçsüzün yanında olduğunu iddia etmesi tam bir paradokstur. Bizi kendimizden koruma şeklindeki bu anlayış, geçmişte otoriter güçlerin elinin uzanamadığı alanlara kadar yayılır. Örneğin, 1995 yılında bir İngiliz televizyonunda yayımlanan *Dime* çikolatasının reklamı, insanları aşırı yemeye teşvik ettiği gerekçesiyle yasaklandı”. (Furedi, 2001: 204)

Paul Grainge ise, kültürel savaş tartışmalarının paratoneri olarak tanımladığı politik doğruculuğun, sol ve sağ arasındaki hizipleşmelerde bir tür cankurtaran botuna dönüştüğünü söyler. Ona göre bu durum, sağ/sol konumlar ve ahlaki standartlar hakkında kendinden emin ve tutarlı bir şekilde konuşmayı zorlaştırmaktadır. Örneğin kampüs konuşma kodlarında ve pornografi karşıtı sansürde iki taraf arasındaki sınırlar bulanıklaşmıştır (Grainge, 2003: 212). Benzer bir püriten ittifakın şiddet görüntüleri konusunda da olduğunu söyleyebiliriz. Gerekçeler değişse de (muhafazakâr ahlaki değerler ya da bedene yönelik şiddetin özendirilmesine karşı insani tutum) tıpkı cinsellik gibi şiddetin de ekranlarda çokça ve alenen görselleştirilmesine her iki taraf da karşıdır. Bu püriten ittifak, sinemacılar üzerindeki baskıyı artırmakta ve doğrudan olmasa bile dolaylı bir

sansürü (ya da oto-sansürü) güçlendirmekte veya burada tartışıldığı gibi farklı meşrulaştırma arayışlarına girilmesine neden olmaktadır.

Bu arayış, Tarantino sinemasıyla sınırlı değildir. Başka filmlerde de benzer bir çabanın izleri görülebilir. Örneğin son dönem istismar sinemasının en sert örneklerinden olan *Mezarına Tüküreceğim (I Spit on Your Grave, Steven R. Monroe, 2010)*, tüm olay örgüsünü, işkence ve tecavüz mağduru bir kadının daha sofistike edilmiş işkence yöntemleriyle intikamını alması üzerine kurmuştur. Yani hem suçun kendisi hem de bu suça verilen karşılık, filmin başından sonuna kadar baskın olan vahşet mizanseninin öyküsel motivasyonunu oluşturmuştur. Böylece ortaya; ayartmayla, günahkarlıkla ya da yoldan çıkarmayla özdeşleştirilen dışılığın cezalandırıldığı eski moda suç korkularının tam tersi bir şema çıkmıştır.

Yeni dönem başka popüler korku filmlerinde de benzer motivasyonlara rastlanabilir. Ama kitle filmlerinden ziyade festivallerin ya da alternatif çevrimiçi platformların bilinçli ve duyarlı sanatsever izleyicisini hedefleyen yapımlarda bu motivasyon daha belirgindir. Fransız yönetmen Julia Ducournau'nun iki uzun metraj filmi *Çiğ (Raw, 2016)* ve *Titane (2021)* bu konudaki ideal örneklerdendir. İçerdikleri yoğun şiddet, beden deformasyonu, fizyolojik anomaliler ve rahatsız edici derecedeki kan gösterisinden dolayı normal şartlarda standart *body horror* ya da *gore* kategorisinde derecelendirilebilecek olan bu filmler, anlatıya ve alt metne yerleştirilen güncel meselelere ait anlam kodlarıyla sınıf atlarlar. *Çiğ*'in veganlığa ve et tüketimine, *Titane*'in ise öteki olmaya, farklılığa ve kadın kimliğine dair mesajları, bu filmlerdeki her türlü görsel vahşeti hassas ve duyarlı izleyiciler için de tahammül edilebilir hale sokar. Hatta karakter özdeşleşmesiyle birleştirilen bu kodlar sayesinde, suçsuz insanları eksantrik ve vahşice yöntemlerle öldüren *Titane*'in ana karakteri Alexia (Agathe Rousselle) neredeyse anlayışla karşılaşılır. Örneğin Altyazı dergisindeki bir yazıda karakterden şu şekilde bahsedilir:

“Alexia kelimenin tam anlamıyla bir canavar; hem hayret ve merak hem dehşet uyandıran, normal yaşantının devamı için bel bağlanan ikiliklere sığmayan, insan olup olmadığından emin olunamayan biri. Pek insan sever gibi görünmüyor, sanki kendi insanlığından da bihaber. İnsan bedeniyle ilişkilene biçimi ultra şiddetli ve empatiden bütünüyle yoksun. Toplumsallık gündeminde yok, ailesine sevgiyle bağlı değil. Ne toplumun ne de ailesinin belirlediği bir birey, Alexia. *Killing Eve*'deki (2018-2022) Villanelle gibi, canavarlaşmak suretiyle de büsbütün özgürleşiyor, bedeninin akıl almaz potansiyelini de ortaya çıkararak.” (Altyazı, 2022)

Bu yazının başka bir bölümünde de değinildiği gibi Julia Ducournau'nun filmleri, “şiddeti ve cinselliği neredeyse aracısız bir istismar estetiğiyle ele alan” (Altyazı, 2022) Yeni Fransız Aşırılığı'ndan da izler taşır. Aslında yönetmen, şiddeti gerek-

çelendirme yöntemleri açısından da bu akımı çağrıştırır.

Grafik düzlemde oldukça provokatif görülmesine rağmen içerik düzleminde kısmen ‘makul’ ya da düz mesajlarla ve temalarla seyircilerin karşısına çıkılması Gaspar Noé ya da Bruno Dumont gibi Yeni Fransız Aşırılığı’na dahil edilebilecek yönetmenlerin son dönem filmlerinin genel bir özelliği gibidir. Aslında bu yönetmenlerin erken dönemlerinde her türlü ahlaki ortodoksiyi tartışmaya açan ve özünde de ‘aşırı’ olan filmleri vardır. Ancak 2000’lerden sonraki çoğu işlerinde, cinsel mahremiyetle, bedenle ya da şiddetle ilişkili görüntüleri rahatlıkla ortaya dökülebilmelerine rağmen sözgelimi; ahlaki normlara, iyilik ve kötülüğe, etiğe, cinselliğe, karanlık arzulara, şiddete, adalete, eşitliğe ya da insan doğasına dair gerçekten tartışmalı sorular sormaktan ve bu anlamda izleyenleri ikilemde bırakmaktan özellikle kaçınıyor gibidirler. Örneğin Gaspar Noé’nin 1998 tarihli filmi *Herkes Karşı Tek Başına* (*Seul Contre Tous*), ekranı ortalayan büyükçe bir ‘MORALE’ (Fransızca ‘ahlak’) yazısıyla başlar ve sonuna kadar bunu sorunsallaştırır. Film, kızından başka hiçbir yakını olmayan ve cezaevinden çıktıktan sonra her şeyini kaybeden kasabın (Philippe Nahon) öfkeli iç sesini kullanarak ahlak kavramının göreceliğine, sınıfsallığına ve kimi zaman da keyfilğine dair tartışmalı fikirler yürütür. Bunların bir bölümü uygar dünyanın değerleriyle çelişen rahatsız edici ve düşmanca düşüncelerdir.

Gaspar Noé’nin bu filmi, James Wood’un değimiyle “güvenilmez şekilde güvenilmez olan” (Wood, 2013: 18-19) birinci şahıs anlatıcı formatından da destek alarak, modern kültürün ve sınıflı toplumun dayattığı değerleri ve toplum tarafından onaylanmış erkeklik ya da kadınlık rollerini, kimlikleri ya da aile modellerini huzursuz edici şekilde tartışma konusu yaparken, yönetmenin 2000’lerden sonraki *Dönüş Yok* (*Irréversible*, 2002), *Aşk* (*Love*, 2015) ya da *Climax* (2018) gibi filmleri görsel olarak müzik videolarını anımsatan bir abartıya ve bazıları neredeyse pornografiyle yarışan bir rahatlığa sahip görünse de, *Herkes Karşı Tek Başına* ile karşılaştırıldıklarında içerik düzleminde oldukça alışılmış ve tekdüzeldirler. Şiddetin, haklı bir amaçla gerekçelendirilmesi durumu ise açık bir şekilde *Dönüş Yok* filminde dikkat çeker. Olay örgüsü ters kronolojiyle akan filmde, başlarda gördüğümüz ve sürekli roll hareketi yapan akışkan bir kamerayla süslenmiş yangın tüplü sert bir dayak sahnesinin gerekçelendirilmesi, öykü zamanı açısından daha önce gerçekleşmiş olan ama seyirciye daha sonra gösterilen bir tecavüz olayı ile yapılır. Cezalandırma ve intikam teması üzerinden işleyen filmin öykü düzlemindeki bu tekdüzeliği, anlatısal ve sinematografik biçimdeki denemelerle dengelenmeye çalışılmıştır. Böylece biçimsel numaraları seven ama içerik olarak riskli konulardan uzak durmaya çalışan sinemasever kitlenin memnun kalacağı bir sonuç ortaya çıkmıştır.

Bu noktada ilginç bir durum daha dikkat çekmektedir. Görsel olarak sınırları zorlasalar da fikirsel düzlemde temkinli davranmaya çalışan ya da sınırlarda dolaşan görsellikleri için siyaseten doğrucu gerekçeler arayan filmlerin genellikle sinemasever izleyicinin rağbet ettiği Gaspar Noé, Julia Ducournau ya da Quentin Tarantino gibi yönetmenlere ait olması değişen sinefil geleneğini de formüle dahil etmektedir. Çünkü internetin ve sosyal medya platformlarının sağladığı imkanlarla çeşitlenen, demokratikleşen, kolektifleşen, büyüyen ve değişen yeni sinefil camianın filmlerden beklentileri, eskilere göre oldukça farklılaşmış ve çeşitlenmiştir. Girish Shambu bu çeşitlenmeyi şu şekilde açıklar:

“Eski sinefilinin aslı hazları, baskın olarak estetikdir. Yeni sinefilinin daha geniş bir beğeni tanımı vardır: Sinemanın estetik deneyimine değer verir, ancak daha fazlasını talep eder. Ayrıca dünyaya karşı duyulan merak duygusundan ve onunla önemli bir ilişki içinde olmaktan zevk duyar. Sinema bize insan ve insan-olmayan dünyayı yeni ve güçlü bir yolla öğretir. Geleneksel sinefilsel zevk özel ve kişiseldir, içe doğrudur; Laura Mulvey’in bir döneme işaret eden manifestosunda yok etmek istediği de buydu. Yeni sinefil, bir sorgulama ruhu ile, toplumsal ve gezegene dair değişim arzusu ile beslenmiş olarak dışarıya doğru yayılır. Yeni sinefilinin değer verdiği bu kadar çok film yapımcısının -kadınlar, kuirler, yerliler, her renkten insanlar- aktivizmle ilgilenmeleri ve sinemanın kendisini daha büyük bir kültürel -aktivist projenin parçası olarak görmeleri tesadüfi değildir.” (Shambu, 2020: 87)

Sorgulama ruhuna sahip, dünyanın sorunlarına karşı duyarlı, sadece filmler hakkında değil, o filmlerin üretildiği koşullarla ve bunların politik ve toplumsal karşılığıyla da ilgili görüş bildiren, belli toplumsal meselelerde organize olup tepkisini ya da beğenisini kolektif olarak ortaya koyabilen bir sinefil kitlesinin varlığı, şüphesiz ki sinemanın geleceğiyle ilgili umut verici bir gelişmedir. Bu kitlenin sinema sektörü üzerinde kurduğu baskı da, bir yere kadar olumludur. Film üreticilerinin azınlıklar, farklı inançlar ve kültürler, etnik kökenler, cinsel kimlikler, insan ve hayvan hakları gibi konularda daha temkinli olması büyük oranda bu olumlu baskının bir sonucudur. Ancak sinemayla ilgilenen bilinçli kitlenin genel toplumsal içerisinde bir azınlık olduğu ve onların yarattığı bu baskının, ticari sinemadan ziyade bağımsız sinemayı etkilediğini de unutmamak gerekir. Genel gişeyi hedefleyen ana akım bir film, sadece resmi sansür mekanizmalarının ya da baskın ahlak normlarının baskısını hissedip diğer birçok konuda neredeyse fütursuzca hareket edebilirken, gerçekten özgür hareket etmesi gereken bağımsız sanat sineması, bir taraftan almak zorunda olduğu fonların baskısıyla farklı düşünce gruplarına ya da siyasi iktidara karşı baskı altındayken, diğer taraftan ulaşmak istediği sanat sever kitlenin hassasiyetlerini de gözetmek zorunda

kalmaktadır. Bugün milyonlara ulaşabilen sıradan bir komedi filmi, kullandığı stereotip temsiller üzerinden farklı inançlarla, azınlıklarla, etnik kimliklerle ve cinsel yönelimlerle rahatlıkla dalgasını geçebilirken ve hitap ettiği çoğunluğun bu konudaki çarpık önyargılarını pekiştirirken, farklı şeyler söylemeye çalışan bağımsız sinemacılar kendilerini, başka birçok sınırlandırıcı unsurun yanında ‘duyarlı’ tepkilerin de hesabını yapmak zorunda hissetmektedirler. Bu da onların ele aldıkları meselelerle ilgili rahat hareket etmelerini engellemekte, tartışma alanlarını daraltmakta, özgürce fikir yürütme yetilerini azaltmakta ve gerçek anlamıyla başka şeyler söyleyebilme ihtimallerini düşürmektedir. Bu durum, sanatsal ya da düşünsel ifade özgürlüğü ile toplumsal duyarlılıklar arasındaki negatif korelasyonun tahmin edilenden daha yüksek olabileceğini göstermektedir.

Burada da bir kez daha görüldüğü gibi terazinin bir tarafında özgürlüğün olduğu iki seçenekli karşılaştırmalarla sadece etik, toplum ya da hukuk temelli akademik metinlerde değil, gündelik hayatın somutluğunda da karşı karşıya kalınmaktadır. Örneğin sürekli gözetlendiğimiz duygusu uyandırarak özgürlüğümüzü kısıtladıklarını düşündüğümüz kapalı devre güvenlik kameralarının varlığı, bir suç beklentisinin olduğu kimi durumlarda güven duygumuzu artırarak bizi rahatlatılmaktadır. Bu durum konuyla ilgili en tipik ikilem olan ‘daha fazla güvenlik mi yoksa daha fazla özgürlük mü?’ açmazının somut bir yansımasıdır. ‘Daha fazla özgürlük mü yoksa daha fazla sorumluluk mu?’ sorusu da yine bireysel ya da toplumsal yaşantımızın kaçınılmaz bir çatışması olarak sürekli karşımıza çıkmaktadır. Şimdi ise, şiddet yüklü sahneler göstermeye çalışan filmlerin buna uygun ahlaki motivasyon arayışlarını merkeze aldığımız tartışmanın sonunda bu sorulara bir yenisi daha eklenmiş gibi görünmektedir: ‘Daha fazla duyarlılık mı yoksa daha fazla özgürlük mü?’.

SONUÇ

Günümüzde, ana akıma ya da alternatif sinemaya ait olması fark etmeksizin neredeyse tüm filmler, hedefledikleri kitlenin (bu kitle çoğunluk ya da azınlık olabilir) inandığı değerleri gözetirler ve çoğunlukla bu değerleri ekranda yeniden üretirler. Onların hassasiyetlerini zorlayacak durumlar olduğunda ise bunu yumuşatacak bazı çözümler ararlar. Çoğunlukla muhafazakâr tabularla ve ahlaki değerlerle ilişkilendirilen bu tür çözümlerin sadece ana akım popüler sinemayla ilgili olduğu düşünülür. Ancak bu çalışmada çıkış noktası yaptığımız, şiddet görüntüleri için seyirciyi rahatsız etmeyecek ya da onları ikna edecek siyaseten doğrucu argümanlar üretmek de bu çözümlerden birisidir ve bu durum ana akım popüler sinemayla sınırlı değildir. Yukarıdaki tartışmaların da gösterdiği gibi bu argümantasyonun bir kısmının arkasındaki temel kaygılardan birisi ve belki de en önemlisi, yeni nesil izleyici gruplarının, sinema eleştirmenlerinin ya da festival jürilerinin olası duyarlı tepkileridir. Bu tepkiler gözetilerek yapılan ‘hesaplı’

sanatın bir tür sansürlenmiş sanat olduğu gerçeği ise bizi, sanatsal özgürlüğün günümüz özgür dünyası için aslında tahmin edilenden daha düşük olduğu gibi beklenmedik bir noktaya getirmiştir.

Diğer taraftan, grafik şiddeti ahlaki olarak gerekçelendirmek için kullanılan öyküsel motivasyonların bizi götürdüğü başka sonuçlardan ve bunlarla bağlantılı yeni sorulardan da bahsedilebilir. Bunlar da yine toplumsal sorumluluklar, etik ve sanatsal özgürlük üçgeninde dolaşan sorulardır. Örneğin sinemacıların şiddeti göstermeleri mi, buna ihtiyaç duymaları mı, bunu saklamak zorunda kalmaları mı yoksa yukarıda tartışıldığı gibi buna bir gerekçe bulmaya çalışmaları mı daha sorunlu bir durumdur?

Sinematik tatmin amaçlı bir şiddet gösterisi yapmanın saçmalığı, anlamsızlığı ve gereksizliği üzerinden gidilerek buradaki tüm sorular ve tartışmalar geçersiz ve gereksiz hale getirilebilir. Çünkü şiddet hiç gösterilmezse sorun da kalmayacaktır. Ama böyle bir sav her türlü sanatsal üretime genişletilerek, katı bir sansür mekanizmasının da gerekçesini oluşturabilir. Aşk, sevgiyi, ölümü, cinselliği vs. göstermenin de gerekli olup olmadığı gibi bir tartışma üzerinden her ‘hassas’ seyirci, kendi politik ya da dinsel görüşü doğrultusunda rahatsız olduğu görüntüler için sansür talep edebilir. “İçinde yaşadığımız toplum her tür olumsuzluktan kurtulmaya çalışan bir olumluluk toplumu” (Han, 202: 14) olduğu için günümüzde bu talep genellikle yaşamın acı ama kaçınılmaz gerçekleriyle ilgili olacaktır. Ama dünyamızın ve biyolojik varlığımızın bir gerçeği olan kan, ölüm, dışkı, bedensel sıvılar, yaralanma, cinsel birleşme vb. gibi öğelerin yasaklanmasını talep etmek, filmlerin gerçeklikten kopuk, idealize edilmiş ve ideoloji ile yüklenmiş kof bir ütopyaya dönüşmesine neden olacaktır. “Hayatı göz ardı eden ve kendisi de hayat tarafından göz ardı edilen ilham, ilham değil bir kendinden geçme halidir” (Bakhtin, 2005: 13). Bakhtin’in bahsettiği ve kan revan içerisinde dünyaya gözlerini açan herkesin deneyimlediği bu hayat steril değildir. Sadece biyolojik doğamız değil, toplumsal ilişkilerimiz de kamu spotlarında ya da eğitsel çocuk filmlerinde idealize edilenden çok uzaktır. Filmlerin televizyon gösterimlerinde sigaraların üzerine çiçek konulması ya da çekimlerde hiçbir hayvana zarar verilmediğiyle ilgili yazıların arka jeneriğe eklenmesi bu gerçeği değiştirmemektedir.

Byung-Chul Han’ın da altını çizdiği gibi “Sanat yabancılaştırmak durumundadır, rahatsız, huzursuz etmeli, hatta acı vermelidir” (2022: 17). Filmlerin görsel ve öyküsel olarak steril kalmalarını beklemek, onları sadece yaşamsal gerçeklikten değil, sanatsal özgünlükten de uzaklaştıracaktır. Sanatsal yapıtların dünyayı belirli kitlelerin istediği gibi görmedikleri ya da göstermedikleri için dışlanması, çok sesliliği ve özgürlüğü kısıtlarken tekdüzeliğin ve aynılığın yolunu açmaktadır. Sanat ya da edebiyat tarihine kabaca bir göz atıldığında bile, fikrinsel

özgünlükleriyle tartışma yaratarak bugüne kadar ulaşmış önemli yapıtların büyük bir kısmının buldukları toplumun değerleriyle çelişmeyi göze alan eserler oldukları rahatlıkla görülebilir. Örneğin Viktoryan dönemde yazılmış ve zamanın ahlak normlarını benimsemiş yapıtların birçoğu unutulup gitmişken, eserlerinin ana motivasyonu bu normlarla mücadele etmek olan Oscar Wilde’ın yazdıkları bugün hala ilham vermeye devam etmektedir. Yazar, estetik ve etik arasındaki ilişkiyi diyalog formunda aktardığı bir yapıtında karakterine “[S]anat bütünüyle ahlakdışıdır” (Wilde, 2008: 92) dedirtecek kadar ileri gidebilmiştir. Wilde, bu sözleriyle, sanat eserlerinden nasihat vermelerini beklemememiz gerektiğini başka bir şekilde ifade etmiştir. Ancak buradan, sanatçının içinde bulunduğu topluma ya da yaşadığı çağa karşı sorumluluk taşımadığı anlamı çıkarılmamalıdır. Aksine, yaratım ve ifade özgürlüğünün her türlü tutuculuğa karşı savunulması da bu sorumluluklardan birisidir.

KAYNAKÇA

- Abısel, N. (1995). *Popüler Sinema Ve Türler*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Altyazı. (2022). <https://Altyazi.Net/Yazilar/Elestiriler/Titane/> (Erişim Tarihi: 28.07.2022)
- Arendt, H. (1996, Kış-Bahar). Şiddet Üzerine. (Ç. B. Peker, Dü.) *Cogito: Şiddet*(6-7), S. 7-21.
- Atayman, V. (2004). *Şiddetin Mitolojisi*. İstanbul: Donkişot Yayınları.
- Bakhtın, M. (2005). *Sanat Ve Sorumluluk: İlk Felsefi Denemeler*. (C. Soydemir, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Balibar, É. (2014). *Şiddet Ve Medenilik*. (S. Tamgüç, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bonitzer, P. (2006). *Kör Alan Ve Dekadrajlar*. (İ. Yaşar, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Elsaesser, T., & Hagener, M. (2014). *Film Kuramı: Duyular Yoluyla Bir Giriş*. (B. Soner, & B. Yıldırım, Çev.) Ankara: Dipnot Yayınları.
- Freud, S. (2000). *Bir Yanılsamanın Geleceği - Uygarlık Ve Hoşnutsuzlukları*. (A. Yardımlı, Çev.) İstanbul: İdea Yayınevi.
- Furedi, F. (2001). *Korku Kültürü: Risk Almamanın Riskleri*. (B. Yıldırım, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Girard, R. (2003). *Şiddet Ve Kutsal*. (N. Alpay, Çev.) İstanbul: Kanat Kitap.

Grainge, P. (2003). Colouring The Past: Pleasantville And The Textuality Of Media Memory. P. Grainge İçinde, *Memory And Popular Film* (S. 202-236). Manchester: Manchester University Press.

Han, B.-C. (2022). *Palyatif Toplum: Günümüzde Acı*. (H. Barışcan, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.

Jameson, F. (2011). *Postmodernizm Ya Da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantiği*. (N. Plümer, & A. Gölcü, Çev.) Ankara: Nirengi Kitap.

Kahraman, H. B. (2005). *Cinsellik GörSELLİK Pornografi*. İstanbul: Agora Kitaplığı.

Kaynakça

Kolker, R. P. (1999). *Yalnızlık Sineması: Penn, Kubrick, Coppola, Scorsese, Spielberg, Altman*. (E. Yılmaz, Çev.) Ankara: Öteki Yayınevi.

Kutlu, K. (1996). Quentin Harikalar Diyarında: Tarantino Sinemasında Şiddet. *Cogito*(6-7), 353-356.

Mcgowan, T. (2012). *Gerçek Bakış: Lacan Sonrası Sinema Kuramı*. (Z. Ö. Bar-kot, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.

Michaud, Y. (1991). *Şiddet*. (C. Muhtaroglu, Çev.) İletişim Yayınları.

Prince, S. (2003). *Classical Film Violence: Designing And Regulating Brutality In Hollywood Cinema, 1930–1968*. Usa: New Jersey: Rutgers University Press.

Scognamillo, G. (1996). Şiddet, Toplum, Birey Ve Kan. *Cogito*(6-7 (Kış-Bahar)), 357-361.

Shambu, G. (2020). *Yeni Sinefili*. (B. Demirtaş, Çev.) Eskişehir: Yort Kitap.

Ünsal, A. (1996). Genişletilmiş Bir Şiddet Tipolojisi. *Cogito*(6-7 (Kış-Bahar)), 29-36.

Wilde, O. (2008). *Sanatçı: Eleştirmen, Yalancı, Katil (Estetik Ve Etik Üzerine)*. (E. Soğancılar, K. Genç, F. Özgüven, & T. Armaner, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Wood, J. (2013). *Kurmaca Nasıl İşler?* (E. Bodur, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Žižek, S. (2018). *Şiddet -Altı Yan Düşünce-*. (A. Ergenç, Çev.) İstanbul: Encore Yayınları.

FREUDYEN KARAKTER ÇÖZÜMLEMESİNİN “EZEL” DİZİSİ “CENGİZ ATAY” TİPLEMESİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

Mevlüt Can KOÇAK
Karabük Üniversitesi, Türkiye
mevlukcankocak@karabuk.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-9496-0541>

Olgun KÜÇÜK
Karabük Üniversitesi, Türkiye
olgunkucuk61@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9471-3540>

<i>Atf</i>	Koçak, M. C., Küçük, O. (2023) FREUDYEN KARAKTER ÇÖZÜMLEMESİNİN “EZEL” DİZİSİ “CENGİZ ATAY” TİPLEMESİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ. İletişim Çalışmaları Dergisi, 9 (1), (65-89)
------------	---

Geliş tarihi / Received: 30.07.2022

Kabul tarihi / Accepted: 28.12.2022

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v09i1004

ÖZ

Sigmund Freud’un düşünceleri, insan davranışlarının nedenlerinin belirlenmesi, bireyin kendini ve diğerlerini tanıması bakımından önem taşır. Freud, bireyin iyilikten çok kötülük yapmaya elverişli olduğunu düşünürken bu tutumu doğuştan edindiğini savunur. Freud’a ait bu düşüncelerin yansımaları sanatla ilgili farklı alanlarda gözlemlenebilir. Televizyonda yayınlanan dizilerde insana ait farklı karakterler izleyicilere aktarılır. Bu karakterler davranış ve tutumlarıyla ön plana çıkıp izleyiciyi ekrana çekebilir. Dizilerin beğenilen karakterleri bazen iyi bazen de kötü davranışlar sergileyebilir. Bu makalede, Freudyen bir bakış açısıyla Ezel isimli televizyon dizisi karakteri olan Cengiz Atay’ın tutum ve davranışları doküman analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Çalışmanın amacı, karakterin davranışları ile Freud’un öne sürdüğü, insanın doğası gereği kötü olduğu düşüncesi arasında karşılaştırmalar yapmaktır. Bu amaçla dizide gerilim

ve çatışmanın öne çıktığı sahnelerde Cengiz Atay tiplerinin davranışlarına odaklanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; Ezel dizisi karakteri Cengiz Atay, Freud'un düşüncelerini destekler biçimde özünden kaynaklı kötülük düşüncesine karşı koyamamaktadır. Aynı zamanda bu karakter yalnız kaldığı zamanlarda ötekine karşı kötülük planları yapmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, TV Dizileri, Ezel Dizisi, Freud, Karakter Analizi

EXAMINATION OF FREUDICIAN CHARACTER ANALYSIS THROUGH THE “EZEL” SERIES “CENGİZ ATAY” TYPING

ABSTRACT

Sigmund Freud's thoughts are important in terms of determining the causes of human behavior and getting to know oneself and others. While Freud thinks that the individual is more prone to do evil than good, he argues that this attitude is innate. The reflections of these Freudian ideas can be observed in different fields related to art. Different human characters are conveyed to the audience in TV series. These characters can come to the fore with their behaviors and attitudes and draw the audience to the screen. The popular characters of the series can sometimes exhibit good and sometimes bad behavior. In this article, the attitudes and behaviors of Cengiz Atay, the character of the television series Ezel, were examined from a Freudian point of view by using document analysis method. The aim of the study is to make comparisons between the behavior of the character and the idea that the human being is bad by nature, which Freud put forward. For this purpose, the behaviors of Cengiz Atay's typography are focused on the scenes where tension and conflict stand out. According to the research results; Ezel series character Cengiz Atay cannot resist the idea of evil originating from his essence, supporting Freud's thoughts. At the same time, this character makes evil plans against the other when he is alone.

Keywords: Communications, TV Series, Ezel Series, Freud, Character Analysis

GİRİŞ

Psikanaliz biliminin kurucusu, nörolog Sigmund Freud, yaşadığı dönemdeki insanların sorunlarıyla ilgilenmiş ve çözüm üretmeye çabalamış bir bilim insanıdır. Onun getirdiği çözümler, modern toplumda dahi reçete olarak düşünülebilir. Özellikle psikiyatri alanında geliştirdiği yöntemler halen kullanılabilir. İnsanın kendini ve başkalarını tanıma, davranışların sebeplerini bulması bağlamında Freud'un düşüncelerinden yararlanılabilir. O, çalışmalarında insanın öz yapı-

sı ve cinsel dürtülerine özellikle yer verir (Benson, 2020: 59). Bireye ait temel özelliklerin anlaşılması, davranışların kökeninin tespit edilebilmesi bakımından Freud'un çalışmaları fayda sağlayabilir. Onun çalışmaları insan karakteri oluşununun bebeklikten başlayan etkilerini anlama bakımından değerlidir.

Freud'un fikirleri farklı disiplinlerle ilişkisi bakımından irdelendiğinde başta edebiyat olmak üzere diğer alanlarla ne tür bir etkileşim içinde olduğu görülebilir (Trilling, 1959: 321). Onun, aşk, ölüm, güç ve dil hakkındaki kuramları tüm dünyanın dikkatini çeker. Fikirleri, antropoloji, psikoloji ve edebiyata varıncaya kadar pek çok alanı etkiler (Muckenhaupt, 1996: 10). Freud, bu yolla hem gündemde kalır hem de tartışmalara konu olur. Onun sanatsal çalışmalarında geliştirdiği yöntemler, sanat eserleri ve eser sahiplerinin analiz edilmesine olanak sağlar. Örneğin, Freudçu bilinçdışı tasvir, sanatçı bakımından dünyayı hem açar hem de karmaşıklarır (Trilling, 1959: 321).

Freud, insanın tutkularını anlama ve anlamlandırmaya özel bir önem verir. Bunun için sanat eserlerinden yararlanma yoluna gider. İnsanın tutkuları o zamana değin romancılar, oyun yazarları ve filozoflar için bir çalışma alanı olarak görülse de psikologlar ve nörologlar bu alan ile ilgilenmemişlerdir. Fakat Freud, insanın tutkularını çözülmeme anlamında çığır açar. Özellikle de bilinçdışı ve bastırma gibi unsurların pek çok alan için kullanılmasına önayak olur. Fromm, onun bu yönüne dikkat çekerek bastırma ve bilinçdışının Freud tarafından ortaya konulmasının devrimsel bir gelişim olduğundan bahseder. Böylece insanın görünen bilinci dışında başka faktörler etkisiyle de davranışa yönelebileceğini belirtir (Fromm, 1991: 13-15).

Freud'un insan davranışının kökenleri konusundaki düşüncelerinin tartışmalara yol açtığı hatta zaman zaman eleştirildiği de bilinir (Malow, 2001: 18). Onun insanı tanımlama konusundaki fikirlerinin sığ kaldığını düşünenler dahi vardır. Bireyin arzularını, umutlarını ve inanç dünyasını görmezden geldiği savıyla eleştiriler alır. Diğer yandan Freud, psişik özellikleri ön planda tutup sınıfsal çatışmaların bireyin davranış biçiminde yapacağı değişikliği ıskalamakla da eleştirilir.

Freud, uygarlık ile birey arasında yaşanan gerilimi Marksistlerin yaptığı gibi toplumsal kurumlar, mülkiyet veya sınıf çatışmaları üzerinden okumaz. Marks'a göre, ortak yaşama inananlar kötülük problemini yok etme gücüne de sahiptir. Bu düşünceye göre, özel mülkiyet ortadan kaldırılıp tüm metalar için ortak bir yararlanma söz konusu olursa kişinin ötekileştirme ve düşman üretme gereksinimi de kalmayacaktır. Toplumsal yaşam içinde tüm bireylerin ihtiyaçları karşılanacağı için diğerlerine karşı düşmanca duygular beslenmeyecektir. Böyle olduğunda, insan çalışıp üretim yapmaktan gocunmayacaktır. Freud, özel mülkiyetin kaldırılmasını insan saldırganlığının temelinde yatan nedenlerden birinin bertaraf

edilmesi olarak görüp önemser. Bununla birlikte özel mülkiyetin kısıtlanmasıyla şiddetin kaynaklarından sadece bir tanesinin ortadan kaldırılacağına vurgu yapar. Ona göre, saldırganlık mülkiyetle beraber otaya çıkan bir durum değildir. Bu düşüncesini savunmak için sahiplenme ve özel mülkiyetin hiç olmadığı devirlerde yaşanan şiddet olaylarına işaret eder. O, saldırganlığın asıl nedenini kişinin psikik durumları üzerinden açıklamayı tercih eder. Buna göre, maddi zenginlikler üzerindeki kişisel sahiplenme ortadan kaldırılsa dahi insanlar arasındaki başka ilişkiler sebebiyle kıskançlık ve saldırganlık sürüp gidecektir (Merkit, 2016: 135).

Freud’a göre, kişisel mülkiyetin ortadan kaldırılması insanlar arası sürtüşmelerde sadece ilkel güdülerin yok edilmesi anlamına gelir. Birey; mevcut yapı içinde toplum mühendisliği tarafından arzu ve ihtiraslarından yararlanılarak yeniden inşa edilir. Modern yaşamda bireyin kişiliği bilinç, bilinçdışı ve çevresel koşullar bir arada, o insanın doğası çerçevesinde oluşur (Akyıldız, 2006: 17). İnsanın tutumunun oluşmasında yapısal özelliklerle birlikte çevresel faktörler de rol oynar.

İnsan, barışçıl, ılımlı ve sevgi peşinde olan, kendisine zarar verilmedikçe kimseye zarar vermeyen bir varlık olarak tasavvur edilmemelidir. Tam tersine insan, kökten bir saldırganlık potansiyeli taşır. Bu bağlamda kişi için öteki, ona gündelik işlerinde yardım eden, gerektiğinde cinsel açlığını gideren bir nesne değil, özünde yer alan saldırganlık, acı verme hatta öldürme duygularını tatmin için araç haline getirebileceği bir varlıktır. İnsanın aynı zamanda diğer insanı bir av olarak gördüğü, Hobbes’un “Homo homini lupus” sözü ile özetlenen bir durumdur. Bu sözün anlamındaki gibi “insan insanın kurdu” olunca da toplum içinde gerilim, çatışma ve huzursuzluğun yaşanması olağan hale gelir (Merkit, 2016: 134). Birey, gündelik ihtiyaçlarını karşılamaktan çok daha derin düşüncelerle ötekine yaklaşır. Varlığını kanıtlama, gücünü gösterme, tahakküm kurma, hatta gerektiğinde ötekini yok etmeye varan içsel arzular bireyin öz düşüncesini oluşturabilir.

Bu çalışmada, Freudyan bir bakış açısıyla *Ezel* isimli televizyon dizisinin bir karakteri olan Cengiz Atay’ın değerlendirilmesi ve analizi yapılmaktadır. Dizi içinde özellikle gerilim ve çatışmanın öne çıktığı sahnelerde Cengiz Atay tiplemesinin nasıl bir davranış sergilediği aktarılacaktır. Araştırmanın ilk bölümünde Freud’un sanata bakışı ele alınacak, ikinci bölümde ise dizide yer alan sahneler analiz edilecektir. Çalışmada, Freud tarafından sıklıkla vurgulanmış olan bireyin doğasından kaynaklanan kötülüğünün bir dizi karakteri üzerinden incelenmesi amaçlanmaktadır.

FREUD VE SANAT

Freud, sanata yakın ve ilgilidir. O, sanatçıların pozitif bilim insanlarına eşdeğer bir üretim yaptıklarına inanır. Freud’a göre sanatçı, insan denen varlığı ifade etmede bilim insanının eksik bıraktığı alanları açıklayabilecek yetkinliğe sahiptir

(Blum, 2001: 1409). Sanatçıların yetkinliklerinin farkında olan Freud, pek çok sanatçının eserlerini derinlemesine inceleyen bir düşünürdür.

Freud, usta yazarlar Goethe, Shakespeare ve Milton'un eserlerini sevmekle kalmayıp hayatı boyunca sanatsal ve edebi konularda yazılar yazar. Leonardo da Vinci'nin biyografisini psikanalitik bir bakış açısıyla yorumlar, Musa Peygamber heykeli hakkında ayrıntılı bir analiz gerçekleştirir. Shakespeare'in, Hamlet ve Lady Macbeth gibi karakterleriyle ilgili yorumlamalarda bulunur. Sophocles'in oyunu *Oidipus Rex* ve Yunan mitolojisini harmanlayarak insan erken yaşamının kritik deneyimini Oidipus kompleksi olarak tanımlar (Trosman, 1991: 17). Freud, bu sayılanlar içinde en çok Leonardo da Vinci'ni eserlerine eğilim gösterir. Psikanalizi sanata ilk uyarlayan kişi olarak Vinci'nin hayatı ve eserlerini ele alır. Freud, özellikle Leonardo'nun eseri olan ve Resim-1'de yer verilen Bakire ve Aziz Anne'nin görece kaynaşmış görüntüsünü (Meryem Ana ve Meryem Ana'nın annesi Anna tablosu) inceleyerek ressamın biyolojik annesi ile üvey annesini tabloda tasvir ettiği sonucuna ulaşır. Tablodaki kompozisyonda Meryem, annesi Anna'nın kucagındadır, annesi ile Meryem'in yaşları birbirine yakın tasvir edilir. Freud, bu durumu Leonardo'nun geçmişi ile ilişkilendirir. Tablodaki betimlemede Freud'a göre Hz. İsa, Leonardo'nun kendisidir (Blum, 2001: 1409).



Resim-1 Bakire ve Aziz Anne Tablosu, Leonardo Da Vinci

Kaynak: (Sanatabasla, 2022).

Freud, yukarıdaki metinde geçen tablo yorumlamasında ressam Da Vinci'nin çocukluk travmasına odaklanır. Leonardo da Vinci evlilik dışı bir ilişkiden dünyaya geldiği için ebeveyn kaybının verdiği acıyı yaşamış olması muhtemeldir. Babasını tanıyamayan Leonardo, annesi ile de çok uzun süre yaşayamaz (Freud, 2001: 52). Freud'a göre Da Vinci'nin bu çocukluk deneyimi bir anlamda eserlerinde kendini gösterir.

Freud, çalışmalarında sanatın, sanatçının ve estetiğin psikolojik alt yapısını da araştırır. Mona Lisa tablosundaki meşhur gülümseme için cüretkâr bir çözüm ortaya koyar. Bunun için yazdığı makalesi eşcinsellik, narsisizm ve ebeveyn kavramlarına açıklama getirir. Bu analizinde Freud, teori ve metodolojiyi bir yana bırakıp, içgörülerine göre hareket eder (Blum, 2001: 1409). Bu nedenle “içgörüler” Freud’un çalışmalarında görsel estetiğin yerini alır, görsel eserler görülecek olmaktan çok okunacak bir kimliğe bürünür. Örneğin Freud, Leonardo’nun resimlerini analiz ederken ışık gölgesi ve sfumato’ya bahsetmeyip ressamın düşüncelerine yoğunlaşır. Kompozisyonu inşa ederken hangi düşüncelerden yola çıktığını yorumlamaya çalışır (Kuspit, 2000: 259). Freud’a göre resim, yapan için aynı zamanda bir doyum aracıdır. Sanatçı bir bakıma ruhsal isteklerini bu yolla ortaya koyma çabasıdır (Freud, 1989: 196). Sanat üzerine yapmış olduğu analizler, Freud’un yaşadığı dönemde sanat çevrelerinde duyulmasını ve tartışılmasını da beraberinde getirir.

Freud’un, histeri, rüyaların yorumu, espri ve bilinçaltıyla ilişkisini ele alan çalışmaları başta sürrealistler olmak üzere (ilkel simgeleştirme, yoğunlaştırma, değiştirme yoluyla ifade edilen cinsel-agresif temalar) modernist sanatçılar arasında doğrudan yayılır (Spector, 1999: 575). Böylece, Freud tarafından geliştirilen kuramlar, kendi dönemi ve sonra gelen sanatçılara yol gösterici olur. Onun düşünceleri bazen sanatçıların bilinç dışına itmek için oluşturdukları bir araca ve eserlerini besleyen unsurlara dönüşür; bazen de kuramların direkt kendisi sanatçılar tarafından bir esere dönüştürülür (Aliçavuşoğlu, 2012: 11). Freud’un kuramları, sanatçılar tarafından yoğun bir şekilde kullanılmakla birlikte o kendisinin amatör denecek kadar bile sanatçı olmadığını söyler. Sanatı takip eden bir kişi olarak usta bir gözden yoksun olduğunu belirtirken bununla birlikte sanatla alaka kurmaktan kendini alamadığını, sanata karşı hayranlık duyduğunu ifade eder. En çok edebiyatla, heykele ve resimle ilgilenir (Wollheim, 1970: 249).

Muckenhaupt (1996: 149)’a göre Freud, modern anlamda bir bilim insanı olmakla birlikte çok sayıda araştırmacı, sanatçı, terapist ve yazar için kaynak teşkil eder. Freud’un geliştirdiği kuramlar ve insan davranışı ile ilgili çözümlenmeleri sinema ve dizi sektöründe de kullanılır. Düşünceleri bezen karakterler yoluyla açık bir şekilde yansıtılır bazen de satır aralarına yerleştirilir. Diğer yandan Freud (1984, 361)’un çalışmalarının edebiyat alanı ve araştırmacılarını ilgilendiren pek çok yönü de vardır. Bu sebeple ondan esinlenme çalışmaları bulunur. Sadece psikolojik bakımdan değil retoriksel, göstergebilimsel, mantıksal yaklaşımlarının da bazı eserleri etkilediği gözlenir. Aynı şekilde görsel sanatlar üzerinde de Freud’un düşüncelerinin önemli etkisi vardır.

Görsel sanat üretimi Freud’a göre sanatçının çocukluğuyla bağlantılıdır. Ona göre, sanatı oluşturan özgün öğeler çocukluk hatıraları ve özelemlerinin birer

temsildir. Üslubun kendisi, kişinin kavramlarına dokunmadığı başka bir alanla ilişkilidir. Bununla birlikte bir sanatçı, çocukluğunun izlerinden olabildiğince sıyrılmayı da başarabilmelidir (Schapiro, 1956: 166). Freud, sanatın temelini çocukluk dönemiyle ilişkilendirme yanında karakter kavramını ile ilgili düşünceleri bakımından da önemlidir.

Freud'un karakter kavramı, ona ait olan bilinçdışı, bastırma ve direnme konularıyla ilgili buluşlarla hemen hemen aynı öneme sahiptir. Freud, insan karakterini tek bir yönüyle değil genel anlamıyla ele almayı tercih eder. Karakter kavramının psikoloji alanında tartışılması Freud'dan çok önceye tarihlenmekle birlikte o, dinamik karakter kavramını alana kazandırmasıyla önemli bir zenginlik katar. Dinamik karakter anlayışı, karakteri tek bir olguya, yöne bağlamayıp çeşitli bileşimlerden oluşan dengeli bir yapı olarak görür. Bazı psikologlar karakteri çoğunlukla tek bir yön üzerinden ele alma eğilimindedir. Bu bakış açısıyla insan çalışkan, düzenli, hırslı, namuslu gibi etiketlerle tanımlanabilir. Böylece bireyin sadece bir yönüne odaklanılıp diğer yönleri görmezden gelinebilir. Tek yönlü karakter analizine Freud gibi az sayıda kişi karşı çıkar. Bunlar arasında Shakespeare, Balzac ve Dostoyevski gibi romancılar vardır. Balzac, kendi döneminde Fransız toplumunda sınıflar arası farklılıkların tespiti için dinamik karakter analizinden yararlanır (Fromm, 1991, 87-88).

Freud ve bazı öğrencilerinin karakterle ilgili çalışmaları insanla birlikte kültürlerin anlaşılmasına katkı sağlar. Onların çalışmalarından yola çıkarak toplumları karakterize etmek mümkündür. Toplum içinde yaşayan birey, bir anlamda o toplumun kültürel yapısının da bir aynasıdır. Örneğin, 19. yüzyılda orta tabaka Fransızlar anaç bir karakter taşıırken, tüccar ve girişimci sınıf daha çok sömürgeci bir anlayışı benimsemiştir. Freud tarafından geliştirilen karakter biliminin temel ilkeleri, onun saptadıkları dışında kalan karakter biçimlerinin keşfedilmesinin de önünü açan bir niteliğe sahiptir (Fromm, 1991: 90-91).

Farklı insan karakterlerinin dizilimine sinema perdesinde veya beyaz camda da rastlamak mümkündür. İzleyicilerin hoşlandığı karakterlere sahip diziler diğerlerinden daha başarılı olabilir. Seyirci bir karakterle özdeşleşerek onu daha detaylı tanımak isteyebilir. Böylece oyuncuların hayranları türeyip popüler olmalarının önü açılabilir. Özellikle dramatik yapı birden çok dizide oynayan oyuncunun tekrar tekrar benimsenmesini sağlayabilir. Bir dizide sevilerek izlenen oyuncu, başka bir diziyi izlemek için sebep oluşturabilir. Bazen, bir önceki dizide yardımcı oyuncu rolündeki karakter çok tutulduğu için başka bir dizide başrol oyuncusu olabilir (Mutlu, 2008: 166-168).

Başrol oyuncularını dizinin akışında önemli bir görev üstlenir. TV dizilerinde her bölümde farklı olaylar ele alınsa bile devamlılık ve bütünlük daha çok ana karakterler üzerinden sağlanır. Diğer bir deyişle, TV dizilerde olaylar çözüme kavuşturulurken ana karakterlerden yararlanılır (Ünür, 2005: 106). Bu ana karakterler iyi veya kötü biçiminde izleyiciye aktarılabilir. Fakat cinsiyet açısından TV dizilerinde karakterin sunumlarında farklılık olabilir. Örneğin, kadın karakterlerin kötülüğü “kültürel bir refleks” olarak sunulurken, erkek karakterin kötülüğü ise daha çok delilikle veya toplumsal süreçle ilintili gösterilebilir (Tekelioğlu, 2017: 119-121). TV dizilerinde karakter sunumlarını ister bir kültüre refleks üzerinden yapılsın ister ister toplumsal süreç üzerinden burada ana unsur karakter üzerinden bir yıldız yaratmaktır.

(Karabıyık, 2014, 10-15) Türkiye’de özellikle 2000’li yıllardan itibaren TV dizilerindeki karakterler üzerinden bir dönüşüm yaşanır. Yerli TV dizileri yıldızlar çıkartarak sinema geleneğinde kendisini fazlasıyla hissettiren star sisteminin önünü açar. (Üstündağ, 2019: 42) Yerli oyuncuların yıldızlaştırıldığı dizilerde karakterin birtakım özellikleri de ön plana çıkarılır. Erkek karakterler başarılı ve güçlü olarak sunulurken kadın karakterlerin daha çok güzelliği ve etkileyciliği ön plandadır (Öngen, 2018, 17-18, akt. Koçak ve Küçük, 2022: 137).

Dizi izleyicileri sunulan karakterler üzerinden seçimler yapmakta hatta ekranda yer alan çeşitli oyuncuların karakterleriyle kendi karakterlerini özdeşleştirebilmektedir. Erol ve Küp’e (2019, 24) göre, seyirciler dizilerdeki karakterlerle özdeşleşmenin yanında gerçek dünyadaki olaylardan çok dizilerdeki olaylarla ilgilenir. İzleyicilerin gerçek hayattan daha fazla dizilerde yaşanan sanal hayatlarla ilgilenmesi bu dizilerdeki oyuncuların kurmaca davranışlarına fazlasıyla anlam yüklemesine neden olabilir. 2009-2011 yılları arasında bir TV dizisi olarak yayınlanan “Ezel” in karakterleri medyada tartışılır, pek çok repliği özellikle sosyal medya mecralarında paylaşılır. Dizideki ‘Ramiz Dayı, Ezel Bayraktar, Kerpeten Ali ve Cengiz Atay’ tiplmelerinin bazı sahneleri YouTube sitesinde milyonlarca kez izlenir (Ezeldizi, 2022). Yine, Cengiz Atay karakterini oynayan Yiğit Özşener adlı oyuncu dizinin yayınlanması ile oldukça konuşulur hale gelir. YouTube’de pek çok kullanıcı Özşener’in oynadığı sahnelere yer verir.

EZEL DİZİSİ

Ezel dizisi, 2009-2011 yılları arasında toplam 71 bölüm olarak yayınlanır. Dizinin konusu şöyledir: Ömer, babasına ait atölyede çalışan, sade bir yaşamı olan gençtir. Sevgilisi Eysan ile askerlik yaptıktan sonra evlenmeyi düşünmektedir. Ömer, bir cinayet sebebiyle hapse girer ve orada Ramiz Dayı ile tanışır. İkisi arasında bir bağ oluşur. Ömer, hapishaneden çıktıktan sonra estetik yaptırarak kimliğini gizler. Kendisine oyun oynadıklarını düşündüğü Eysan, Cengiz ve çok sevdiği eski dostu Ali’den intikam almanın peşine düşer (Beyazperde.com, 2022).

Dizinin künyesi:

Yapımcı: Kerem Çatay

Yönetmen: Uluç Bayraktar

Senarist: Kerem Deren, Pınar Bulut

Uyarlama: Monte Kristo Kontu- Alexandre Dumas

Başrol Oyuncuları: Kenan İmirzalıoğlu, Cansu Dere, Yiğit Özşener, Barış Falay, Tuncer Kurtiz, Haluk Bilginer

YÖNTEM

Çalışmada doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Doküman analizi, sosyal araştırmalarda kullanılan bir yöntem olarak görme ve gözlemlene imkânı olmayan durumlarda araştırma verilerini çeşitlendirmek ve geçerliliğini artırmak amacıyla yararlanılan bir tekniktir. Doküman analizinde yalnızca yazılı içerik değil film ve görüntü gibi materyaller de analiz edilir. Bu sebeple doküman analizi araştırılmak istenen olay ve olgular hakkında bilgiler içeren yazılı ve görsel tüm içerikleri kapsar. Nitel bir araştırma yöntemi olan doküman analizi görsel ve yazılı dokümanın tespit edilmesi, alt ve üst tema kategorilerinin geliştirilmesi ve analiz birimine karar verilmesi gibi süreçlerden oluşur (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 187-190).

Doküman denilince bir araştırmacının müdahalesine maruz kalmadan kaydedilen metin ve hareketsiz/hareketli resimler anlaşılır. Araştırmalarda kullanılacak doküman türleri olarak; ajandalar, reklamlar, davetiyeler, katılım kayıtları, toplantı tutanakları, notlar, kılavuzlar, günlükler, kitap ve broşürler, dergiler, program kayıtları, mektuplar, muhtıralar, gazeteler, sanat eserleri, radyo ve TV program kayıtları, anket verileri, örgütsel raporlar ve çeşitli kamu kayıtları sayılabilir. Araştırmacılar bu zengin kaynaklar içinden veri devşirebilir (Labuschagne, 2003. Akt. Kırıl, 2020: 170-189).

Araştırma için seçilen Cengiz Atay karakterinin yer aldığı Ezel dizisi, yayınlandığı dönemlerde en çok izlenen televizyon içeriklerinden birisidir (Savah.com.tr, 2022). Show TV ve ATV’de yayınlanan bu dizinin Cengiz Atay tiplemesinin karakter yapısı, Freudyen bir bakış açısıyla doküman analizi kullanılarak bu çalışmada incelenmiştir. Bu tiplemenin seçilmesinde dizinin ilk bölümünden itibaren kötülük yapmaya odaklanmış bir karaktere sahip olması belirleyicidir. Dizideki diğer karakterler iyi ve kötü davranışlar arasında değişimceli bir yapıyı benimserken Cengiz Atay karakteri devamlı kötülüğü düşünen bir bireyi temsil eder. Bir anlamda Cengiz Atay karakteri kötülüğün betimlenmesi anlamında stereotip özelliğine sahiptir.

BULGULAR VE YORUM

Ezel dizisinde Cengiz Atay, kumara düşkün bir karakter olarak yansıtılır. Bu karakter aynı zamanda eşinin onu sevmediğini ve yaşamını kendisiyle isteksizce paylaştığını düşünür. Cengiz, eşiyle yaşadığı tartışmaların ardından genellikle kumar oynamaya gider. Freud (2001: 238-239), insandaki kumar tutkusunu Fyodor Mihayloviç Dostoyevski üzerinden açıklar. Dostoyevski'nin kumar tutkusunu patolojik bir tutku krizi gibi görür ve kumarın yazarın kendisini cezalandırma yöntemi olduğunu düşünür. Ona göre, Dostoyevski'nin amacı, kumar oynadıktan sonra kazanacağı parayla Rusya'ya dönmek veya kendisini hapse tıkaçlara fırsat tanımak değildir. Bunlar uydurduğu bahanelerdir ve onun keskin zekâsı da bunun farkındadır. Freud, kumar tutkusunun altında kişinin kendine zarar verme/cezalandırma düşüncesi olabileceğini vurgular. Bu tezini Dostoyevski üzerinden şöyle açıklar: *“Kumardaki kayıplarıyla kendisini ve eşini olabildiğince büyük bir yoksulluk içine sürüklemekteydi. Bu onun için bir ikinci sayrısız (patolojik) doyum kaynağıydı; çünkü karısının önünde kendini paylayıp azarlamasına, kendini küçük düşürmesine ve kendisi gibi böyle iflah olmaz biriyle evlendiği için karısında pişmanlık duygusu uyandırmasına olanak veriyor, söz konusu davranışının vicdanında sağladığı rahatlamayla ertesi gün yine kumar masasına oturuyordu.”*

Freud (2001: 239), Dostoyevski örneğinden yola çıkarak başka bir yazısında insanların kumar alışkanlığı hakkında *“hayli geride kalmış çocukluk yaşamından bir parçanın kumar saplantısında nasıl kendisine yeniden dışavurum sağlar..”* diyerek, çocuklukta yaşananların ileride bazı saplantılara yol açabileceğini belirtir. O, kumar alışkanlığının anlaşılması için belki de çocuk ve baba ilişkisi üzerinde durulmasının yararlı olacağını belirtir. *Karamazov Kardeşler* romanında yer alan baba katili ile Dostoyevski'nin babası arasındaki benzerlik, pek çok yaşamöykücünün gözünden kaçamaz ve “modern bir psikolojik ekol” den söz edilmesinde etkili olur.

Freud'un baba üzerinden betimlediği kumar tutkusunu dizideki Cengiz Atay karakterine uyarlamak mümkündür. Dizi içinde Cengiz'in ailesi hakkında bilgiler vardır. Anneannesinin evinde bulunduğu bir mektuba göre, ailesi Cengiz Atay'ı terk etmiş, yurt dışındayız yalanıyla oyalamıştır. Cengiz, aldığı bilgi üzerine ailesini bularak hesap sorar. Silah çekerek anne ve babasını ölümle tehdit eder. Cengiz'in yaşamı ile Freud'un çocukluk kaynaklı patolojik düşüncesi arasındaki benzerlik göze çarpar.

Dizinin 2. bölümünde Cengiz Atay ve Eysan arasında şöyle bir konuşma geçer:

Cengiz: “Bak, şurada yol ikiye ayrılıyor, bir tarafı aydınlık bir tarafı karanlık. Şimdi oraya doğru yürüsek beraber, sen de ben de her seferinde karanlık tarafı seçeriz.”

Eyşan: “Değişemeyiz mi? “

Cengiz: “Doğamız bu, hiç değişemeyiz.”



Resim 2: Bölüm 2, Cengiz Atay ve Eyşan Sahnesi

Kaynak: (Youtube, 2022).

Freud (2000: 18-20), yukarıdaki diyaloglarda yer alan bu belirlemeci durumu bireye indirgemeyip bunun tüm insanlığa ait olduğunu vurgular. İnsanın doğuştan gelen özelliklerinin onu diğer insanlara karşı önyargılı yaptığını söyler. Ona göre, insanın diğer insanlara karşı olumsuz yaklaşımı aslında ceza alma korkusuna dayanır.

Dizinin 3. bölümünde geçen bir konuşma ise şöyledir:

Cengiz: “Ne kadar kalacaksınız benim otelde?” (Ezel’e soruyor)

Ezel: “Bilmem, pek plan yapmadım.”

Cengiz: “Nasıl oluyor öyle, kafanıza göre.”

Ezel: “Sabah kalkıyorum gitme vakti gelmiş diyorum.”

Cengiz: “Ah ne güzel. Eskiden ben de hep öyle derdim, param olursa iki gün aynı yerde durursam Allahsızım derdim.”



Resim 3: Bölüm 3, Cengiz ve Ezel Sahnesi

Kaynak: (Youtube, 2022).

Cengiz, lafının devamında artık birine âşık olduğunu ve bu yüzden eskisi gibi rahat davranmadığını söyler. Freud, Cengiz’in tarif ettiği bu sevgiyi libido üzerinden açıklar. Ona göre sevgi, hazza dayalı bir durumdur. Sigmund Freud bu durumu şöyle açıklar: “*Libido deyince, sevgi adı altında bir araya toplayabildiğimiz ne varsa hepsiyle ilişkili içgüdülerin henüz ölçülemeyen, ama nicel bir büyüklük gözüyle bakılan enerjisini anlamaktayız. Bizim libido dediğimiz şeyin çekirdeğini, genellikle sevgi diye nitelenen ve ozanlar tarafından işlenip durulan sevgi, yani cinsel birleşmeyi amaçlayan erotik sevgi oluşturmaktadır. Böyle davranmakta da haklı olduğumuzu psikanalitik araştırmalar ortaya koymaktadır; bu araştırmaların tanıtladığına göre bütün yukarıda sayılan yönelimler ayrı cinsler arasında cinsel birleşme amacına yönelik içgüdülerin bir dışavurumudur. Sevi içgüdülerine psikanalizde a potiori ve çıktıkları kaynak göz önünde tutularak cin-sel içgüdüler adı verilmektedir.*” (Freud, 1975: 28-30).

Dizinin 4. bölümünde Cengiz Atay, Ezel’e hayatta her şeyden vazgeçebileceğini ama Eysan’dan vaz geçemeyeceğini söyler. Cengiz, bu sözüyle Eysan’ı hayatındaki en önemli varlık olarak gördüğünü ifade eder.

Freud, yukarıdaki durumdan, “Cinsellik Teorisi Üzerine Üç Deneme” de bahseder. Bu teoriye göre aşk, bir nevi tekrar buluştur. Sevilen kişi, Oedipal ebeveyni temsil eder. Birey, kaybettiği Oedipal nesneyi tekrar bulma çabasıyla ‘kendisini besleyen kadını’, ‘kendisini koruyan erkeği’ arar ve onların yerini alacak kişilere yakınlık duyar. Bu tanıma göre aşk, kendi içinde çelişkili bir yapıdır (Freud, 2012: 5, akt. Soylu, 2020: 38).

6. bölümde Cengiz ve arkadaşı Ali konuşmaktadır:

Cengiz Atay: “Ezel ile ortak otel işine girelim. Bu adamın iş gücü bildiği yok (Ezel için söylüyor). Akıllı ama biz biliyoruz, işe bu adamla girsek, bu adamsız çıksak. Önce çözelim bu herifi.”

Cengiz, kendinden emin bir tavırla bu sözleri söyler. Ezel’i kontrol edip kullanabileceği düşüncesindedir.



Resim 4: Bölüm 6, Cengiz ve Ali Sahnesi

Kaynak: (Youtube, 2022).

Freud, insanların ruhsal yapısını oluşturan hiyerarşik tabakalardan söz eder. Bu tabakaların en altında yer alanların davranışlarında kendini ancak vasitasızca belli eden karanlık ve kökten insiyaklar yer aldığını söyler. Bu insiyakların en belirgin özelliği aşırı derecede bencil olmaları ve dış âlemdeki her şeyi kendilerine mal etme, kontrolleri altına alma isteğidir. Daha öz bir ifade ile, kişinin yapısında temel bir egoizm ve kırılcılık bulunur. Bu kırılcılığın ulaştığı seviye, onun toplumu ifna arzusu hatta neredeyse kendini ifna arzusu şeklinde ortaya çıkabilir. Bu birinci tabakanın ardından cemiyet tarafından belirlenen kurallar ve terbiyevi usuller insan kişiliğinin ikinci tabakasını oluşturur. Bu sebeple insandaki derin insiyaklar, günlük davranış içinde değişik bir yönde kendini gösterir. Freud’un bu düşüncesinin derin anlamı kendisini şu noktada gösterir; insanın belirgin bir ruh yapısı yoktur ve davranışları birbirinden farklı ruh hallerinin çatışması sonucunda ortaya çıkar. İnsanın doğal bir temayülle gerçekleştirmeye çalıştığı davranışları, cemiyetin koyduğu yasaklar ile çelişebilir, yasaklamaların getirdiği zorlama ve içten gelen davranışlar bir takım şahsiyet problemlerinin ortaya çıkması sonucunu doğurabilir (Mardin, 1990: 25).

Dizinin 8. bölümünde Cengiz Atay bir hikâye aktarır. Bu hikâye ile özden, huydan kolay kolay vazgeçilemeyeceği, karşı taraf iyilik yapsa dahi ona kötülük yapabileceği anlatmak ister:

“Bir kaplumbağa ile bir akrep arkadaş olurlar. Bir gün yaşadıkları yeri terk edip başka diyarlara gitmek zorunda kalırlar. İkisi beraber yola çıkar. Derken önlerine büyük bir nehir çıkar. Akrep boynunu bükerek arkadaşı kaplumbağaya veda etmek ister. Kaplumbağa bunun sebebini sorar. Akrep nehrin çok büyük olduğunu, kendisinin bu nehirden geçmesinin mümkün olmadığını söyler. Kaplumbağa dostluğun böyle zor zamanlarda belli olacağını ifade ederek akrebi sırtına alır. Nehrin ortasına geldiklerinde kaplumbağanın kulağına bazı sesler gelmeye başlar. Kaplumbağa akrebe bu sesin kimden geldiğini sorar. Akrep de kendisinin, sırtına iğnesini geçirmeye çalıştığını, sesin iğne darbelerinden geldiğini söyler. Kaplumbağa bu duruma çok üzülür ve bir arkadaşın arkadaşına böyle bir şeyi nasıl yapabileceğini sorar. Akrep, bu durumun kendisinin yaratılışında olduğunu, bundan vazgeçmesinin mümkün olmadığını söyler. Kaplumbağa da suya dalarak akrebi helâk eder.” (akt. Bülbül, 2012: 465).



Resim 5: Bölüm 8, Cengiz Atay Hikâye Sahnesi

Kaynak: (Youtube, 2022).

Freud, yukarıdaki hikâyede anlatılan durumu insan doğasının gereği olarak yorumlar. Kişi, yaşam içinde doğallığını ve özünde yer alan huyları çok göstermez, gizlemeye özen gösterir. Örneğin, kuzey İngiltere’de 10 yaşındaki bir çocuk, bir bebeği işkence ile öldürür. Olaya halkın tepkisi çok yoğun olur. Oysa, neden bu cinayeti korkutucu buldukları çok anlaşılabilir değildir. Aslında çocuklar zaman zaman vahşileşebilen, tam ehlileşmemiş bireylerdir. Eagleton bu durumla ilgili

şunu söyler: “Eğer Freud haklıysa, çocuklar büyüklerinden çok daha zayıf birer süperego’ya ve ahlak duygusuna sahiptir” (Eagleton, 2011: 7). Bu nedenle çocuk, davranışının ne kadar kötü sonuçları olacağına göre değil, içsel/doğal isteklerine göre hareket etmeyi seçebilir.

Dizideki sahnelerden anlaşıldığı üzere Cengiz Atay’ın büyük bir zengin olma hayali vardır. Kurmayı düşündüğü otel projesinin gerçekleşmesi adına çok çaba harcar. İşler zaman zaman yolunda gitmediğinde ise mutsuzluğa kapılır. Bu gergin ruh hali yanında Cengiz, bazı anlarda da yaşamı küçümseyen tavırlar takınır. Fromm (1991: 10) “İhtiraslı insan, özgür ve mutlu olamaz. O, ona hükmeden şeylerin kölesidir ancak.” der. Cengiz Atay’ın bu hırslı yapısı Freud’un (2018: 5) şu söylemleri üzerinden açıklanabilir: “İnsanların genellikle hatalı ölçüm standartları kullandıkları izleniminden kurtulmak olanaksız. Bir yandan kendileri için güç, başarı ve zenginlik elde etmeye çalışıp başkalarında bunlara hayranlık duyarken bir yandan da yaşamın gerçek değerlerini küçümserler.”

Dizinin 12. bölümündeki akışa göre, Cengiz çok güvenmese de Eyšan’ın istediğı otel projesine razı olur. Cengiz bir yandan Eyšan’ı sever bir yandan da ona karşı yeterince güven duyamaz. Diğer yandan Eyšan’ı sevmesine rağmen onu aldatır.

Freud, bir insanın diğerine aynı anda hem sevgi hem de nefret besleyebileceğini söyler. Bu tuhaf görünse de paradoksal bakımdan mantıksız değildir. İnsanların çoğunluğu böyle karşıt duyguların bir arada olmasını çok kolay kabullenmezler. Sevdikleri bilincini taşıyor iseler nefreti fark etmeleri son derece güçtür. Aynı kişiyle alakalı karşıt düşüncelere sahip olabileceklerini kendileri de kabul edemezler (Fromm, 1978: 51-52). Bu, onlara mantıklı gelmediğı için duygularını görmezden gelebilirler.

Cengiz, çok sevmesine rağmen eşini aldatır ve bundan da pişmanlık duyar. Bu durumla ilgili 12. bölümde Ezel’e şunları söyler:

Cengiz: “Neler yaptım bilsen, Eyšan’ı aldattım, daha da kötü şeyler yaptım, Allah’ım neler yaptım Eyšan’a.”

Senaryoya göre Ezel, Cengiz’in Eyšan’ı aldatması için bir kadınla anlaşır. Bu kadın Cengiz’e kendini beğendirmeye çalışır, daha sonra da onu tahrik etmeyi başarır. Freud (2019: 21), bu durumu erotizm üzerinden açıklar. Ona göre, bir insan erotizmin etkisiyle bencil içgüdülerinin esiri olabilir.

Ezel dizisinin 16. bölümünde Cengiz Atay’ın, Ali’nin adamına karşı davranışları ön plana çıkar. Cengiz, Ali’nin adamı Tevfik’e şu ifadeleri kullanır:

Cengiz: “Tevfik dışarı çık, Tevfik biz konuşurken her buraya geldiğinde dışarı çık, bir şey lazım olursa bir ışık çalarız gelirsin.”



Resim-6 Bölüm 16, Cengiz ve Tevfik Sahnesi

Kaynak: (Youtube, 2022).

Freud, insanın istese de iyi olmayı başaramayacağını iddia eder. Zira insan içgüdüsel olarak yıkıcıdır. Ona göre, kişiler gerçek anlamda birbiriyle dost olamazlar. O kadar ki düşmanca duygular insanın evliliğinde de sürer. Örneğin, evlilikte her iki taraf da kendi ailesini üstün görme eğilimindedir (Freud, 1975: 44-45). Freud'un insan ruhuyla ilgili bu analizlerinin benzeri ondan daha önce yaşamış olan Dostoyevski'nin *Suç ve Ceza* isimli eserinde de yer alır. Romanda, “İnsanoğlu aşağılık bir yaratık değilse ya?.. Yani genel olarak tüm insanlık, tüm insan soyu... O zaman geri kalan her şey bir boş inançtan, kuruntuya dayanan bir korkudan başka bir şey değil...e eğilimindedir” ifadeleri bulunur. Başka bir anlatışla, Dostoyevski insanların iyi davranmalarını duydukları korkuyla açıklar (Dostoyevski, 1999: 47-55).

Dostoyevski'ye göre, insanın erdemli davranışının en büyük nedeni korkaklıktır. *Suç ve Ceza* romanının başkarakteri Raskolnikov, çalmış olduğu parayı kullanmaz ve bir yere gömer. Bu para ile bir şey yapmak istemez. Parasını çalıp öldürdüğü yaşlı kadını ise ahlaki ve vicdani hiçbir neden olmaksızın sadece öldürme güdüsüyle katlettiğini ifade eder. Öldürüp kadının parasını almaktaki gayesinin bir iyilik düşüncesine dayanmadığını, maddi olanağa kavuşup insanlara yardım amacıyla bu cinayeti işlemediğini kendine itiraf eder (Dostoyevski, 1999: 503-504). Roman kahramanı Raskolnikov'un bu vahşi cinayetinden yola çıkıldığında Dostoyevski'nin de Freud gibi öldürmeyi insan içgüdüüne bağladığı anlaşılır.

Ezel dizisi karakteri Cengiz, insanların öldürülmesini çok rahat bir biçimde arzu- lar. Kendisini tehdit ettiği gerekçesiyle eşinin babasını bile öldürmek ister. Freud

(2019: 54)'un düşüncesi üzerinden gidilecek olursa bu durum doğal görünmektedir. Freud, öldürme davranışıyla ilgili fikirlerini şu ifadelerle aktarır: “.... *Bilinçaltımızda arzu dolu itkilerimize göre değerlendirilecek olursa biz de tıpkı ilkel insanlar gibi bir katil sürüsünden başka bir şey değiliz. Tabii bütün bu dileklerin eski zamanlarda onlara atfedilmiş olan gücü taşıyor olmaları da tam bir lütuf. Zira aksi halde karşılıklı lanetlemelerin çapraz ateşi altında en iyi ve en bilge erkeklerle en güzel ve en sevilesi kadınlar da dâhil olmak üzere çoktan yok olup gitmiş insanlık.*”

Yine Cengiz, dizide yalnız kaldığı zamanlarda sık sık planlar kurar. Bu durum, Freud'un yaklaşımının kökeni olan Augustinus teoriiyi akla getirmektedir. Bu teoriye göre, insanların içinde kötülük olduğundan kendi hallerine bırakıldıklarında sürekli fenalık işleyeceklerdir. Bu olumsuzluğun yaşanmaması için Tanrı onlara kötülüklerden alıkoyacak kurallar koyan kilise ve devleti armağan etmiştir (Douglas, 1989: 302- 303, akt. Akyıldız, 2006: 4).

Cengiz, kendini medeni bir toplumun parçası olarak gördüğünden kötülükleri açıktan açığa yapamaz. Toplumdan dışlanma veya hapse girme tehlikesi onu kötülükleri gizlice yapmaya mecbur bırakır. Freud'a göre, medeni toplum (akt. Snoeyenbos & Frederick, 2021: 52) bireyin içgüdüsel ve egoist zevklerinden imtina etmesini, yoksun kalmaya alışmasını talep eden toplumdur.

Cengiz Atay, dizinin pek çok sahnesinde alkol alır. Neşelendiği zamanlar ve daha çok eşi Eyšan 'la tartıştığında bu yola başvurur. Regresyon, (Benson, 2020: 58) yaşamın ilk dönemine geri dönmeyi ifade eder. Birey, stres altındayken kendisini rahatlatmak için bir aktivite arar. Kalem, parmağını emmek, alkol ve sigara kullanmak oral regresyon örnekleridir. Cengiz'in, Eyšan sebebiyle alkole başvurması, Freud'un şu ifadeleriyle açıklanabilir: “*Bir kadın yüzünden duyduğu düş kırıklığının, erkeği içmeye sürüklenmesi hiç de ender değildir; bu, kural olarak, içki içilen yerlere ve evde karısından bulamadığı duygusal doyumu kendisine sağlayabilecek erkeklerin arkadaşlığına sığınması anlamına gelir. Bilinçdışında bu gibi erkekler güçlü libidinal yatırım nesnelere haline gelirse, bunu üçüncü türden bir inkârla savuşturacaktır.*”

Psikanalitik bakış, alkol konusuna çok fazla girmez. Freud'un bu konuyla alakalı özel bir çalışması yoktur. Alkolden ziyade sarhoşlukla ilgili atıfların bu ekol içinde yer bulduğu söylenebilir. Freud, *Medeniyette Rahatsızlık* adlı yapıtında açık bir şekilde hayatın problemlerinden ve insanın bu problemlerle mücadele için sakinleştiricilerden destek aldığından bahseder (Brelet- Foulard, 1996, akt. Tunaboşlu-İkiz, 2000: 23).

17. bölümünde Cengiz'in, Ömer (Ezel) ile yaşadığı bir hatıra gösterilir. Cengiz, Ömer'e (Ezel) şu ifadeleri kullanır:

Cengiz: “Kız saf aile kızıysa serseri kötü çocuk ister, görmüş geçirmiş ise iyi aile çocuğu ister.”



Resim-7 Bölüm 17, Cengiz ve Ömer Sahnesi

Kaynak: (Youtube, 2022).

Cengiz Atay’ın bu ifadelerinde bireylerin geçmişinin kalan yaşamları için belirleyici olacağı söyleminin yeniden üretildiği gözlenir. Freud, etkilenme anlamında bunu bebeklik dönemine kadar taşır. (Marshall, 1999: 61) Kişiliğin oluşması ve gelişim bakımından bebeklik dönemine çok özel bir anlam yükler. Hem doğuştan gelen eğilimlere hem de toplumsal ve psikolojik deneyimlere atıf yapar. Özellikle beş yaşına kadar olan dönemin kişilik gelişimi için büyük önemi olduğunu savunur.

18. bölümde Cengiz Atay ile Eysel arasında bir tartışma yaşanır. Tartışmada Eysel, Cengiz’in kendisini aldattığını söyler ve “*Sen beni affet bende seni affedeyim*” ifadesini kullanır. Daha önce kocası Cengiz tarafından aldatıldığı için o da kocasını aldatır. Cengiz Atay da Eysel’a, “*Ödeşтик evine geri dön*” cevabını verir. Dizinin senaryosuna göre; Cengiz Atay gibi Eysel’ın çocukluğu da kötü bir ortamda geçer. Babası tarafından pek çok suça bulaştırılır. Dizideki iki karakter bir anlamda intikam olmak için birbirlerini aldatır. (Heller, 2005: 12-13) Freud, duygusal yaşam içinde gerçekleşenlerin çocukluk çağında yaşananlarla bağlantısı olduğundan söz eder. İnsan davranışlarında çoğunlukla gizlenmiş güdülerin etkisi vardır. (Mindess, 1967: 449) Diğer yandan duygular da insan davranışlarını değiştirebilir. Dostoyevski, duyguların insan davranışını değiştirme ve yapılıanı normalleştirmede etkili olduğunu söyler.

18. bölümde Cengiz Atay, Eysel’a kendisini Ezel ile mi aldattığını sorar. Bu soru

karşısında Eyšan “*Sen herkesi kendin gibi mi sanıyorsun*” cevabını verir. Diziyeye göre aldattığı kiři Ezel olsa da Eyšan’ın doğru olmayan bu cevabı bir yansıtma olarak düşünülebilir. Eyšan’ın bu ifadeleri Cengiz Atay’ın karakterini tarif etmese de Cengiz Atay burada eşinin kendisini kimle aldattığı konusunda doğru tespit yapar.



Resim 8: Bölüm 18, Cengiz Atay ve Eyšan Sahnesi

Kaynak: (Youtube, 2022).

Freud bu durumdan şu sözlerle bahseder:

“Ne var ki, bilinçdışında bu şekilde işlemiş olması gereken bu inkâr, paranoyak kişi için bu şekliyle bilinçe çıkmaz. Paranoyadaki semptom oluşumu düzeneği, içsel algıların, duyguların, dışardan gelen algularla yer değiştirmesini gerektirir. Bunun sonucunda “Ondan nefret ediyorum” önermesi, yansıtmayla diğer bir önermeye dönüşür: “O benden nefret ediyor (bana kötülük yapacak), bu da benim ondan nefret etmemi haklı kılar. “Böylece, kışkırtıcı bilinçdışı duygu, sanki bir dış algının sonucuymuş gibi görünür (Freud, 2012: 95).

Diziyeye göre, Cengiz Atay ve arkadaşları, işledikleri cinayeti Ezel’in (Ömer) üstüne atar. Cengiz Atay, bu cinayetten dolayı pişmanlık duymaz çünkü suç işleyen kişilerde süperego hiçbir zaman tam anlamıyla gelişmemiştir. İşledikleri kötülüklerden dolayı suçluluk ya da pişmanlık duymamaları da bu yüzden olabilir. Zihin denen şey süperego dışında id ve ego olmak üzere üç parçalı bir yapıdır. En başta id gelir, doğuştan itibaren vardır ve birkaç yıl diğer ruhsal bileşenlerden yoksundur. İd, haz ilkesinin yönlendirmesi altındadır. Bebek haz arar (yeme içme, ısınma, rahatlama) ve haz alamadığı (acıkmak, ıslanmak, üşümek) şeylerden kaçınır. İd, bencil bir yapıda olup hemen tatmin edilmeyi bekler. Ego, iki yaşından itibaren gelişmeye başlar ve gerçeklik ilkesine göre hareket eder. Hayatta kalabil-

menin yolu gerçekçi düşünce ve planlara dayalıdır. Bu durumda başına buyruk id davranışı engellenmelidir. Ego bunu sağlamak isterken id ile çatışma yaşar. Süperego, ailenin etkisiyle üç yaşlarında kendini göstermeye başlar. Çocukluk çağında gelişmeye başlayarak ergenlikte son halini alır. Süperego, bireyi hata yapmaktan ve özellikle de toplumdışı olmaktan esirgeyen “bilinç” veya bir “ahlak bekçisi” olarak nitelenebilir (Benson, 2020: 51-52).

SONUÇ

Freud, insanın iyilikten çok kötülük yapmaya elverişli olduğunu söyler. İnsan bu özelliğini doğuştan edinir. Bu durum bir nevi varoluş gereğidir. Hatta o kadar ki insan bunu bilinçsizce yapar. Günlük yaşamda düşüncenin yol ayrımında kötülüğün seçimi insanın yapısının bir gereği gibidir. Ezel dizisi karakteri Cengiz Atay, karısı Eyyan’ la konuşurken “önümüze iki yol çıksaydı her seferinde biz karanlık olan yolu seçecektik” diyerek Freud’un bu düşüncesini destekler. İnsanın özünden gelen huyların değişmesi çok mümkün olmaz. Birey aslında kötülüğe istekli olmakla birlikte toplum korkusuyla iyi davranışa yönelebilir. Yine Freud, insanın yalnız bırakılması durumunda sürekli aklına kötülük geleceğini ifade eder. Cengiz Atay karakteri de Freud’u doğrularcasına boş kaldığı zamanlarda kötülük düşünür, ötekine zarar vermenin palanlarını yapar. Onun tasavvurları içinde düşman olarak gördüklerini öldürmek dahi vardır. Yalnızlık, olumlu düşüncelerden çok olumsuz düşünceleri çağırıştırır. Bu durumun ortaya çıkmasında bireyin yalnızken toplumun baskısını daha az hissetmesinin de rolü olduğu söylenebilir.

Freud, karakterinin tutarsızlığı, iyilik ile kötülük arasında gidip gelmesi sebebiyle insan davranışlarını kademelendirir. Bu dizginin en altında tüm kötülükleri yapmaya istekli birey yer alırken üst tabakalar, insanın bu duygusunun önüne set koyan, kendini düşünme, sonuçları düşünme veya toplumsal tepkileri düşünme kademelerinden oluşur. Birey, ilk tabaka haliyle aklına gelen kötülüğü yapmaya yeltenirken, diğer tabakalar saldırdığı tehditler sebebiyle onu bu davranıştan men eder. Kişi, üst tabaka haliyle planlarını toplumdan gizleme gereği hissedebilir. Dizideki Cengiz karakteri de amaçlarını toplumsal tepkiden çekinerek saklar. Gizli gizli Ezel üzerinde zarar verecek tasarımlar kurarak onu zor duruma düşürmeye çalışır. Diğer tabakaların zorlaması olmasa kişiliğindeki birinci tabaka ile hemen harekete geçecektir. Freud, insan davranışındaki çelişik durumları ve benzer olaylarda farklı tepkiler göstermesini işte bu tabakaların baskınlığıyla açıklar. Üst tabaka insan karakteri, toplumsal uyumaya daha fazla özen gösterirken insan zihninin ilk tabaka düşüncesi kötülüğe odaklıdır. İlk tabaka doğal insan davranışını, üst tabakalar ise sosyalleşmiş insan davranışını ortaya koyar.

Freud’a göre, kişiler dost olmak üzere yaratılmamıştır, isteseler dahi dost olamaz-

lar. İnsan yaşamı kişisel bir mücadele sahasıdır ve mücadele çatışma doğurur. O daha da ileri giderek dostluğun evlilik için de geçerli olmadığını söyler. Cengiz ve Eyšan, dizide evli olmalarına rağmen aralarında dostluk yoktur. Cengiz, eşine güvenmez, Eyšan ‘da sevgi anlamında çelişik duygu ve davranışlar gösterir. Bu durum insanların evli olsalar dahi gerçek birer dost olamayacağı görüşünü destekler niteliktedir.

Freud, davranışların kökeninde çocukluk dönemindeki yaşamışlıklar olabileceğinden özellikle söz eder. İnsanın huyları ve alışkanlıklarında bu dönemin tesirinin önemli olduğunu söyler. Örneğın, kumar alışkanlığının insanın kendisini bir tür cezalandırma yöntemi olabileceğini belirtir. Ezel dizisinin Cengiz karakteri, eşyle tartıştıktan sonra kumar oynamaya giderek bir bakıma kırılmış erkeklik onurundan duyduğu eziklikle kendini cezalandırır. Kumar, kendisini sevmediğini düşündüğü eşinin gözündeki değersizliğe verilmiş bir cezadır. Kendini batağın içine daha da çekip, bu değersizliği hak edecek kadar düşük bir insan olduğu şeklindeki duygusunun doyumunu yaşar. Bu ruh hali, Freud’un sözünü ettiği, Dostoyevski’nin kumar oynayarak eşi karşısında düştüğü olumsuz durumdan, yeniden kumar oynamak için kendisine bahane üretmesi gibidir. Freud, bunun aynı zamanda bireyin çocukluluğundaki baba modeli ile de bağlantılı olabileceğini söyler.

Freud, sevgi ile cinselliğın birbirine karıştırılabildiğini hatta çoğunlukla cinsel arzunun sevgi olarak tanımlandığını savunur. Cengiz, eşini çok sevdiğini söylemesine ve onunla olmak için büyük mücadele vermiş olmasına karşın evli iken başka bir kadınla birlikte olur. Bu durum, bireyin sevgi/aşk ile libido kaynaklı isteği birbirine karıştırılabildiğini, haz etkisiyle oluşan arzularını sevgi olarak tanımlama yoluna gidebildiğini gösterir. Freud’a göre, insan erotizm ve libido kaynaklı güdüler sebebiyle pişmanlık duyabilecek ilişkiler yaşayabilir. Onun anlatmak istediğı, sevgi diye adlandırılan duygunun hazza hizmet eden cinsel doyumun çarpıtılması olduğudur. İnsan, çocukluğundan itibaren tam veya kısmen haz odaklı davranışlar sergileyebilir. Alışılmış haz, insanın yetişkin yaşamındaki pek çok arzuyu sevgi olarak tanımlamasına yol açabilir.

Aşk hakkında Freud “bir yeniden buluş” ifadesini kullanır. İnsan, çocukluk dönemindeki şefkatli anne babayı -veya bulamasa dahi aradığı anne babayı- yetişkin yaşamında karşı cins üzerinden gidermek isteyebilir. Cengiz ve Eyšan arasındaki ilişkide de böyle bir durum vardır. Cengiz, bebeklik döneminde ebeveyn kaybı yaşar. Eyšan’ın çocukluk dönemindeki baba figürü ise ona beklediğı şefkati veremez. Bu iki yetişkin bir anlamda bebeklik/çocukluk döneminde edinemedikleri bu korunaklı ebeveyn figürünü ilişkileriyle yakalamaya çalışır.

Freud, insan benliğini id, ego ev süperego olmak üzere üç tabakalı bir yapı olarak

izah eder. İd, en bencil, en çıkarıcıyı ifade eder. Ego ise gerçekliği düşünerek hareket eder. Benliğin en gelişmiş hali olan süperego, toplumsal yargıları önemseyen, uyumluluğu öne alan bir yapıdır. Dizide Cengiz'in Ezel'i öldürmesi daha çok id ve ego kavramları çerçevesinde değerlendirilebilir. Süperego 'su gelişen birey, toplumsal yapıyı daha çok dikkate alır. Toplumun kınamasından ve uyumsuz olmaktan rahatsız olur. Cengiz'in süperego 'sunun yeterince gelişmemiş olması ve yaşamın önemi konusundaki hassasiyetinin yetersizliği cinayet işlemesine yol açan bir unsur olarak düşünülebilir.

Sonuç olarak, Freud'un insan davranışı ve özellikle kötülük üzerine yapmış olduğu tespitlerden bazılarının Ezel dizisi karakteri Cengiz Atay karakteri üzerinde bulunduğu söylenebilir. İnsanların tek bir kişilik yapısına sahip olmadıkları, davranışı etkileyen birçok etken olduğu karakterin tutarsız davranışlarında gözlenmektedir. Bireyin iyilikten çok kötülük odaklı olmasında öz yapısının etkisi olduğu, özellikle süpergo'su gelişmemiş kişilerin toplumsal yargıyı önemsemeyen, tepiklerden sakınmayan davranışlarda bulunabildiğini göstermektedir.

KAYNAKÇA

Akyıldız, H. (2006). Freudçu, Liberal ve Marksist Kişilik Kuramlarının Türevi Olarak Toplum, İktisat ve Siyaset Teorileri. Akdeniz İİBF Dergisi, 6 (11), 1-23.

Aliçavuşoğlu, E. (2012). Psikanaliz, Freud ve Sanat. Sanat Tarihi Yıllığı, (20), 1-16.

Benson, Nigel. C. (2020). Psikoloji Bilinci ve Davranışları Daha İyi Anlamak İçin Çizgibilim. E. Okuyucu (Çev). İstanbul: Say.

Blum, H. P. (2001). Psychoanalysis and art, Freud and Leonardo. Journal of the American Psychoanalytic Association, 49 (4), 1409-1425.

Bülbül, T. (2012). Ramazan-Zâde Abdünnafi İffet Efendi ve Kitab-I Nâfi'u'l-Âsâr Nevbâve-İ Simâru'l-Esmâr Adlı Eseri. Electronic Turkish Studies, 7 (1).

Dostoyevski, F. (1999). Suç ve Ceza. İstanbul: Parıltı.

Eagleton, T. (2011). Kötülük Üzerine Bir Deneme. Ankara: İletişim.

Erol G. (Ed.) (2019). Bir Çerçeve Bin Dünya: Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı Üzerine Okumalar. İstanbul: Hiper.

Ezel 16. Bölüm, <https://www.youtube.com/watch?v=wjkTUUIrZSY>, (Erişim: 1 Eylül 2022).

Ezel 17. Bölüm, <https://www.youtube.com/watch?v=sGhQxCtoPqE>, (Erişim: 1 Eylül 2022).

Ezel 18. Bölüm, <https://www.youtube.com/watch?v=Oe70PXFtE2U>, (Erişim: 1 Eylül 2022).

Ezel 2. Bölüm, <https://www.youtube.com/watch?v=ejm372WAj-3g&t=2282s>, (Erişim: 1 Eylül 2022).

Ezel 3. Bölüm, <https://www.youtube.com/watch?v=Q3YtHnH1du-o&t=2565s>, (Erişim: 1 Eylül 2022).

Ezel 6. Bölüm, <https://www.youtube.com/watch?v=wgO2vgWK-iw>, (Erişim: 1 Eylül 2022).

Ezel 8. Bölüm, <https://www.youtube.com/watch?v=hQL9JdfwK-fM&t=4233s>, (Erişim: 1 Eylül 2022).

Freud, S. (1975). Kitle Psikolojisi. Kamuran Şipal (Çev.). İstanbul: Bozok.

Freud, S. (1989). Cinsel Yasaklar ve Normaldışı Davranışlar. Muammer Sencer (Çev.). İstanbul: Ara.

Freud, S. (2000). Bir Yanılsamanın Geleceği Uygarlık ve Hoşnutsuzlukları. Aziz Yardımlı (Çev.). İstanbul: İdeal.

Freud, S. (2001). Sanat ve Sanatçılar Üzerine. Kamuran Şipal (Çev.). İstanbul: YKY.

Freud, S. (2012). Narsizm Üzerine ve Schreber Vakası. Banu Büyükkal & Saffet Murat Tura (Çev.). İstanbul: Metis.

Freud, S. (2018). Kültüreldeki Huzursuzluk. Elif Yıldırım (Çev.). İstanbul: Oda.

Freud, S. (2019) Savaş ve Ölüm Üzerine Düşünceler. Elif Yıldırım (Çev.). İstanbul: Oda.

Fromm, E. (1978). Erich Fromm Psikanaliz ve Zan Budizm. İlhan Güngören (Çev.). İstanbul: Met/Er.

Fromm, E. (1991). Freud Düşüncesinin Büyüklüğü ve Sınırları. Aydın Arıtan (Çev.). İstanbul: Arıtan.

Heller, S. (2005). Freud A to Z. Canada: John & Sons.

<https://sanatabasla.com/2013/08/meryem-ve-cocuk-isa-azize-anna-ile-virgin-and-child-with-st-anne-leonardo-da-vinci/> (Erişim: 20 Mayıs 2022).

Karabıyık, S. (2014). Türk'ün Dizi ile İmtihanı-1. İstanbul: Profil.

Kıral, B. (2020). Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi. Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8 (15), 170-189.

Koçak, M.C. & Küçük, O. (2022). Frankfurt Okulu ve Eleştirel Medya. Ankara: Akademisyen.

Kuspit, D. (2000). Freud and the Visual Arts. Journal of Applied Psychoanalytic Studies, 2(1), 25-39.

Mardin, Ş. (1990). Siyasal ve Sosyal Bilimleri. İstanbul: İletişim.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. Osman Akınhay & Derya Kömürçü (Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat.

Merkit, N. (2016). “Sigmund Freud’da Uygarlığın Temel Dinamikleri ve Birey Üzerindeki Etkisi”. FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi, 123-140.

Mindess, H. (1967). Freud on Dostoevsky. The American Scholar, 446-452.

Muckenhout, M. (1996). Sigmund Freud Explorer of The Unconscious. New York: Oxford University Press.

Mutlu, E. (2008). Televizyonu Anlamak. Ankara: Aytaç.

Schapiro, M. (1956). Leonardo and Freud: an Art-Historical Study. Journal of the History of Ideas, 147-178.

Snoeyenbos, M., & Frederick, R. (2021). Aristotle and Freud on art. In Aesthetics and the Philosophy of Art (pp. 115-128). Routledge India.

Soylu, Ş. (2020). Günhan Kuşkanat'ın Evvel Aşklar Masalı Romanında Nesne İlişkileri Bağlamında Aşk. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Spector, J. (1999) Freud and Modern Art: Object, Empathy, and Ideational Mimetics. *Psychoanalysis and Contemporary Thought* .22, 575-589.

Tekelioğlu, O. (2017). Televizyon Hâlleri: Dizi Dizi Türkiye. İstanbul: Habitus.

Trilling, L. (1959). Freud and Literature. In M. Levitt (Ed.), *Readings in psychoanalytic psychology* (pp. 321–337). Appleton-Century-Crofts.

Trosman, H. (1991). Freud and Art: An Introduction. *Annual of Psychoanalysis*, 19, 17-18.

Tunaboşlu İkiz, T. (2000). Alkolizm ve Tat. *Psikoloji Çalışmaları*, 21, 21-28.

Ünür, E. (2015). Yerli Dizilerdeki Kimlik Kalıpları. Konya: Eğitim.

Üstündağ, A. (2019). Gençlerin Model Aldıkları Televizyon Karakterleri. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 14(1), 27-50.

Wollheim, R. (1970). Freud and the Understanding of Art. *The British Journal of Aesthetics*, 10(3), 211-224.

www.beyazperde.com/diziler/dizi-9533/ (Erişim: 25 Mayıs 2022).

www.sabah.com.tr/yasam/ezel_sezonu_zirvede_bitirdi-1176366, (Erişim: 25 Mayıs 2022).

www.youtube.com/c/Ezeldizi, (Erişim: 25 Mayıs 2022).

Yıldırım A. & Şimşek H. (2005). *Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin.

BELGESEL FİLMLERDE SINIFLANDIRMA SORUNU: “HONEYLAND” ve “LIVING ON ONE DOLLAR” FİMLERİNİN ETNOGRAFİK ÇÖZÜMLEMESİ¹

Simge Nur BABALIK
Uşak Üniversitesi, Türkiye
simbabalik@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3533-150X>

Devrim İNCE
Uşak Üniversitesi, Türkiye
devrim.ince@usak.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0001-7033-6704>

<i>Atf</i>	Babalık S. N., İnce D. (2023). BELGESEL FİLMLERDE SINIFLANDIRMA SORUNU: “HONEYLAND” ve “LIVING ON ONE DOLLAR” FİMLERİNİN ETNOGRAFİK ÇÖZÜMLEMESİ. İletişim Çalışmaları Dergisi, 9 (1), (91-117)
------------	--

Geliş tarihi / Received: 22.07.2022

Kabul tarihi / Accepted: 03.11.2022

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v09i1005

ÖZ

Bu çalışma, etnik ve kültürel öğeler içeren iki belgesel filmin çözümlenmesi ile etnografik filmlerin sınıflandırılmasına ilişkin tartışmalara katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu maksatla, iki bölümden oluşan bir araştırma tasarlanmıştır. İlk bölümde, tür teorisi ve belgesel filmlerin sınıflandırılmasına ilişkin özgün bir kuramsal tartışma yapılması hedeflenmiştir. Burada, etnografik belgesellerin sanat ürünü olmasının yanında, içerdiği etnografik unsurlar nedeniyle aynı zamanda kültürel aktarım aracı olduğu görüşü savunulmuştur. Çalışmanın ikinci bölümünde ise etnografik belgesellerin nasıl sınıflandırılacağına ilişkin niteliksel bir çözümlenme yürütülmüştür. Bu çalışmada örneklem, Makedonya'nın bir dağ köyünde geleneksel yöntemlerle bal üreten arıcıları anlatan “Honeyland” ve Guatemala'da, birçok yerli gibi günde bir dolarla hayatta kalmaya çalışan belgesel

¹ Bu makale Uşak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nün belirlediği Tezli Yüksek Lisans mezuniyet koşulunu karşılamak üzere Dr. Öğr. Üyesi Devrim İnce danışmanlığında İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Öğrencisi Simge Nur Babalık tarafından hazırlanan tezden üretilmiştir.

ekibinin yaşadıklarını konu olan “Living on One Dollar” adlı belgesel filmlerdir. İki film, Heider’in etnografik film analizi yöntemi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, “Living on One Dollar” belgeselinin “Honeyland” belgeseline göre etnografik film anlayışını daha uygun bir şekilde uyguladığı, etnografik bilgiyi izleyiciye aktarma noktasında daha başarılı olduğu, fakat “Honeyland” filminin etnografik veri içermesine rağmen şemada yer alan özellikleri yeterince karşılayamadığı görülmüştür. Bulgulardan yola çıkarak, etnografik veri içeren her filmin etnografik belgesel kategorisinde değerlendirilemeyeceğini söylemek mümkündür. Etnografik belgesel sınıflanmasında, kültür aktarımı başat nitelik olarak görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etnografya, Belgesel, Sinema, Antropoloji, Film Çözümleme.

CLASSIFICATION PROBLEM IN DOCUMENTARY FILMS: ETHNOGRAPHIC ANALYSIS OF “HONEYLAND” AND “LIVING ON ONE DOLLAR”

ABSTRACT

This study aims to contribute to the discussions to classify documentaries by analysing two documentary films containing ethnic and cultural components and to label ethnographic documentary films. A research comprising two sections was designed. We aim to perform a genuine theoretical discussion on genre theory and the classification of documentary films in the first section. Here, it is taken that ethnographic documentaries are not only works of art but also means of cultural transmission in terms of the ethnographic elements they have. We conducted a qualitative analysis of two documentaries for how to classify ethnographic documentaries in the second section of the study. The documentary, “Honeyland”, tells about beekeepers who produce honey with traditional methods in a mountain village in Macedonia. Living on One Dollar”, is about the experiences of the documentary team struggling to survive on one dollar in a day like many residents in Guatemala. Heider’s ethnographic film analysis technique tested the two films, on whether they have ethnographic features. The findings show that the “Living on One Dollar” has more of an ethnographic film understanding than “Honeyland”. Compared to “Honeyland”, the film is stronger in conveying ethnographic information. Although it has ethnographic data, “Honeyland” does not match properly with the components of the scale. Not every film with ethnographic data can be classified in the ethnographic documentary class based on the findings. Cultural transfer is the outstanding trait of ethnographic documentary classification.

Keywords: Ethnography, Documentary, Cinema, Anthropology, Film Analysis.

GİRİŞ

Sinemanın başlangıcında kayıt altına alınan ilk görüntülerin belgesel niteliği taşıdığı konusunda araştırmacılar arasında yaygın bir görüş mevcuttur. Öyle ki, Geoffrey Nowell-Smith'e göre Lumiere kardeşlerin hareketli görüntü ile ilk tecrübeleri, sadece kurmaca sinemanın değil belgeselin de temelini oluşturmaktadır (Nowell-Smith, 2003: 30). Belgesel, Türk Dil Kurumu tarafından, "belge niteliği taşıyan film veya televizyon programı" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2022). Kamera gerçekliği kayıt altına alır ve izleyiciyi bu gerçeklik ile ilgili bilgilendirir. Belgesel sinema bu niteliği ile toplumların belleğinde yatan ve unutulmak istenen travmaları, hatırlanmak istenen normları, tarih sahnesinde önemi olan konuları veya dikkatlerden kaçan küçük detayları gün yüzüne çıkararak dün ve gelecek arasında keşişim noktası oluşturur (İpek, 2014: 6). Bu bağlantı belgesel sinemanın toplumsal bellek üzerindeki hatırlama ve unutma kavramları üzerinden ilerlemektedir. Belgesel sinema, toplumsal belleğin aktarımında ve devamlılığının sağlanmasında önemli bir kitle iletişim aracıdır (Susam , 2015: 15). Bir nevi görsel ve işitsel bellek müzesi olarak adlandırmak yanlış olmayacaktır.

Sinema tarihinde tür kavramının ilk ortaya çıkışı konulu filmlerin başlangıcına kadar uzanmaktadır. Çekilen bir filmin türünün belirlenebilmesi için olay örgüsü, karakter, tema, kamera hareketleri ve benzeri teknik özelliklere bakılmaktadır. Ancak tür kuramı üzerine yapılan araştırmalarda ideolojik ve sosyolojik boyutuna da bakılması gerektiğini ortaya koymuştur. Bunun nedeni ise filmlerin türü ne olursa olsun içerisinde doğduğu kültürden ve toplumsal şartlardan bağımsız olarak ele alınamayacak olmasıdır. Belgesel sinema, kendi içinde geçişkenlik içeren birçok alt sınıf barındıran zengin bir türdür. Bu nedenle bir belgeseli sınıflandırmanın görece güçlüğünden söz edebiliriz. Bu çalışmada incelediğimiz alt tür olarak etnografik belgeseller, kültürü geleceğe aktaran bir araç olarak toplumsal olanın kayda alınmasında ve yeniden üretilmesinde ya da biçimlendirilmesinde kritik bir role sahiptir. Bu durum göz önüne alındığı zaman belgeselin türü izleyicinin deneyimleyeceği bilgiyi anlaşılır kılmak zorundadır. Bununla birlikte bir filmin hangi türe girdiğini söyleyebilmek o türün özelliklerini bilmeyi gerektirmektedir.

Etnografik belgesel, odağa aldığı bir topluluğun gündelik hayat akışı dahilinde benimsemiş olduğu rutin pratikleri kültürel yöntemlerle açıklama iddiasındadır. Karl G. Heider etnografik film üzerine yaptığı araştırmalar sonucunda etnografik filmleri taşıması gereken en önemli unsurlara değinen etnografik film özelliklerinin boyutlu şemasını oluşturmuştur. Heider'in bu şemasına filmlerin değerlendirilmesinde ölçüt alınan bir şemadır. Çalışmalarda araştırmaya konu

olan filmlerin, bu şemanın yardımı ile etnografik belgesel film olmaları açısından analizinde kullanılmaktadır. Şema içerisindeki kriterler etnografiklik seviyesine göre düzenlenmiştir.

Bu çalışmada, etnografik veri içeren tüm yapımların etnografik belgesel olarak nitelenip nitelenemeyeceğini anlamak amaçlanmaktadır. Bu nedenle, etnografik veri içeren ve son on yılda geniş ilgi gören iki belgesel film, “Bal Ülkesi (Honeyland)” ve “Bir Dolar ile Yaşamak (Living on One Dollar)”, niteliksel bir çözümleme yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde, tür konusundaki kadim teorik tartışma makalenin amacı doğrultusunda derinleştirilmiştir. İkinci bölümde ise incelemesi yapılacak belgesellerdeki etnografik öğeleri ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Bu çerçevede Karl G. Heider’in etnografik film özelliklerinin boyutlu şeması kullanılmış ve ilgili belgesellerin kültür aktarıcısı olması varsayımı temelinde ne derece etnografik nitelik taşıdıkları ölçülmüştür. Karl G. Heider’in etnografik film çözümleme tablosu filmlerin etnografik özelliklerine bakarken bununla birlikte etnografik belgesel türüne ait olup olmadığını da ortaya koymaktadır.

TÜR KURAMI

Fransızca “çeşit” ya da “tip” anlamına gelen “tür(genre)” kavramı 16. yüzyıldan itibaren ilk başta edebiyat alanında kullanılmaya başlanmıştır (Altman, 2003, s. 322) Sinema alanında ilk tür çalışmaları 1940’ların sonunda Auteur kuramına karşılık olarak ortaya çıkmıştır. Tür alanında yapılan ilk çalışmalar dağıtım ve gösterim alanında gerçekleştirilmiştir. Bir filmin belirli bir tür kalıbının içerisine dahil edilmesi aslında o filmin izleyiciye nasıl pazarlanacağını belirtmektedir. 1960’lı yıllarda bu biçimsel anlayış yerini tür filmlerinin mesajlarını incelemeye bırakmıştır. 1970’li yıllarda tür çalışmalarında üç farklı yaklaşım bulunmaktadır; bunlar Levi-Strauss’un temelini mitlerden alan “tür ve ritüel” yaklaşımı, seyirci temelinde kurulan “özdeşleşme ve temsiliyet sorunu” üzerine eğilen ideolojik yaklaşım ve “feminist tür eleştirisi”dir (Abisel, 1995: 35).

Ekonomik kaygılar güdülmesinden dolayı filmlerin üretiminin incelenmesi bir gereklilik olsa da tür filmleri aynı zamanda ideolojik boyutuyla da ele alınmalıdır. Bu yaklaşım temsil ettikleri dünya düzenine dair ortaya konan ideolojik boyutu da kapsayacaktır (Kirel, 2011: 245-246).

Tür kuramında en büyük sorunlardan biri tanım noktasında yaşanmaktadır. Andrew Tudor türlerin belirlenmesinde nasıl bir yöntem izleneceği sorusuna iki şekilde açıklık getirmektedir; birinci şekilde verili olan ortak özelliklere göre film türü belirlenir, ikinci yöntemde ise filmi meydana getiren ortak kültürel uzlaşımlar ortaya konularak film türü belirlenir. Tudor’a göre ikinci yöntem film türlerinin belirlenmesinde daha çok kullanılmaktadır çünkü filmin farklı

kültürlerde alımlanması da farklı şekilde olacaktır (Tudor, 2003: 10). Tudor gibi bu konuya açıklık getirmeye çalışan başka bir kuramcı olan Edward Buscombe ise “sağduyu (common sense)” ile filmlerde bulunan öğelerin listesini yapmayı önermektedir. İçeriğin incelenmesi ile ortaya çıkacak uzlaşımlar filmin türünü belirlemede hem aşinalık hem de yenilik yaratarak belirlemektedir (Buscombe, 2003: 14) Sosyokültürel yaklaşım dışında uzlaşım kavramına ideolojik bir bakış açısı geliştiren araştırmacı Rick Altman’dır. Altman sinema yazınında iki yaklaşım olduğunu savunmaktadır (Altman, Film/Genre, 1999: 4-14). Bunlardan ilki Frankfurt Okulu’nun yaklaşımı diğeri ise Hollywood’un izleyicinin manipülasyonuna dayalı tür yaklaşımıdır. İdeolojik yaklaşım türlerin gerçekleri gizlediğini savunmaktadır. Ritüel yaklaşım ise Hollywood’un izleyicilerin arzularına göre şekillendiğini savunmaktadır. Altman bu iki yaklaşımı da yetersiz bulmaktadır. Anlamsal/söz dizimsel yaklaşımı önerir. Bu yaklaşıma göre anlamsal yaklaşım türün temel ilkelerini vurgulayacaktır, söz dizimsel yaklaşım ise bu ilkelerin oluşumunda yer alan yapıya dikkat çekmelidir. Buna göre anlamsal yaklaşım ancak söz dizimsel yaklaşım tarafından desteklendiğinde tür filmi başarılı olmaktadır. İdeolojik yaklaşım içerisinde Judith Hess Wright, Jean-Loup Bourget, Robin Wood, Barbara Klinger gibi kuramcılar da yaklaşıma farklı bakış açıları sağlamıştır. İdeolojik yaklaşım filmleri yapısöküme uğratarak izleyicinin manipüle edildiğini ortaya koyar. Temelinde izleyici ve toplum arasındaki ilişki yer almaktadır. Bu iki yaklaşım dışında tür kuramında mitsel/ritüel yaklaşım ve başka bir sosyokültürel yaklaşım olan deneyim olarak tür filmi yaklaşımı da bulunmaktadır (Özarslan, 2013: 51-60)

Filmler tür kalıbına sokulmaya çalışırken belirli temaları taşıyıp taşımadığına, benzer dönem çatışmalarını taşımasına, belirli tarihsel dönemleri ve mekanları ele almasına, değişmez karakterleri barındırması gibi özelliklere temel alınmaktadır (Özden, 2004: 211). Bir Western türünü tanıyabilmek için film içerisinde kovboylar ve Kızıldenizlileri görmek önemli bir noktadır. Fakat bir filmde beklenen sadece bu kadarla sınırlı kalmaz. Bir Western filmi aynı zamanda içerisinde barındırdığı aksiyondan dolayı macera türüne de girebilmektedir. Bu yüzden çok net bir ayırmadan söz edilememektedir. Yine de kurmaca filmleri tür kalıplarına sokmak belgesellere nazaran daha kolaydır. Belgesel türünün ortaya koymaya çalıştığı önceliğin de bilgi vermek olması ve diğer tür filmlerine göre ticari başarıyı göz ardı etmesi sınıflandırma yapmayı zorlaştırmaktadır. Yukarıda belirtildiği gibi bir Western filmin de kovboy görmek gibi ikonografik bir unsur belgeselde mümkün olmayacaktır. Bir belgesel yapımını sadece belgesel olarak sınıflandırmak ne ticari açıdan ne de ideolojik açıdan verilmek isteneni vermeyecektir. Çünkü sadece belgesel denildiği zaman antropolojik bir belgesel ile bir spor belgeseli ya da bir doğa belgeseli de bunun içerisine dahil olacaktır. Ticari kaygılar dışında bakıldığında zaman bile seyirci sadece belgesel olarak tanımlanan bir

içerikten ne tarz bir bilgi deneyimleyebileceğini algılama noktasında sıkıntıya düşecektir. Bazı tür kuramcıları ise belgesel türlerini aşağıdaki gibi sınıflandırmaktadır;

Tablo 1: Kuramcılara Göre Belgesel Sinema Türleri (Tağ, 2003: 96)

Wolf Rilla	Bill Nichols	John Izod ve Richard Killborn	Paul Rotha	John Grierson	Siegfried Kracauer	Eric Barnouw
1. Film Gazeteciliği 2. Genel konulu filmler 3. Doğa Belgeselleri 4. Belirli bir amaca yönelik filmler 5. Sponsor destekli belgeseller 6. Eğitim filmleri 7. Sinema-gerçek	1. Açıklayıcı belgeseller 2. Gözlemci belgeseller 3. Etkileşimli belgeseller 4. Yansıtıcı belgeseller	1. Açıklayıcı belgeseller 2. Gözlemsel/doğrudan sinema 3. Etkileşimli belgeseller 4. Yansıtıcı belgeseller	1. Doğalcı gelenek 2. Gerçekçi gelenek 3. Haber-gerçek geleneği 4. Propaganda geleneği	1. Gezi izlenimleri 2. Sosyal içerikli belgeseller 3. Propaganda belgeselleri 4. Etkileşimli belgeseller	1. Kurmaca filmler 2. Kurmaca olmayan filmler 2.1 Haber filmleri 2.2 Belgesel 2.2.1 Seyahat 2.2.2 Bilimsel 2.2.3 Eğitsel filmler 3. Sanat üzerine filmler	1. Keşif belgeselleri 2. Muhabir geleneğindeki belgeseller 3. Resim geleneğindeki belgeseller 4. Taraf tutan belgeseller 5. Savaş propagandası belgeselleri 6. Savaş suçları üzerine belgeseller 7. Şiir geleneğindeki belgeseller 8. Tarihi derleme belgeseller 9. Sponsor desteğiyle gerçekleştirilen belgeseller 10. Gözlemci belgeseller 11. Katalizör belgeseller 12. Gerilla belgeselleri

Belgesel, kurmaca filmler gibi ortak teknik özellikler taşıyor olmasına rağmen içeriğine bakıldığı zaman bir o kadar daha alt tür çıkmaktadır (Butler, 2011: 119). Belgeseller de kendi içeriklerine göre sınıflandırılmaktadır. Türler kabaca haber belgeselleri, toplumsal belgeseller, araştırma belgeseli, tarih belgeseli, propaganda belgeseli, bilimsel belgesel, derleme belgesel, arkeoloji belgeseli, gezi belgeseli, etnografik belgesel, spor belgeseli, biyografik belgeseller ve sahte belgesel olarak ayrılmaktadır.

BELGESEL SİNEMA

Belgesel sinemanın basit tanımıyla olayları belgeleyen, tanıklık eden bir tür olduğu belirtilmektedir. Belgesel sinema konularını yaşanmış olaylardan alır. Kurmaca türünde bile olsa mutlaka dayandığı bir gerçeklik vardır. Belgesel sinema bu gerçekliği alıp estetik, etik ve yorumlama ile yeniden kurar. Yapısı

gereği toplumsal sorunlara eğilim gösteren ve farkındalık yaratan bir kitle iletişim aracı olarak kullanılmaktadır (Nichols, 2017: 27). Belgesel sinema bir anda ortaya çıkan bir alt tür değildir. İhtiyaçlar ve nedenler sonucunda gelişim göstermiştir. Kameranın önünde gördüklerimiz kurgusal karakterler değil gerçek insanların görüntüleridir. Bu yüzden bireyin de toplumda kendisini ifade edebilmesi için önemli kitle iletişim aracı haline gelmektedir (Adalı, 1986: 22-23). Toplumsal bellek üzerinden bakıldığında kitlelere travmalarını hatırlatır ve toplumun kendini gözden geçirmesine neden olmaktadır. Toplumsal belleği canlı tutar ve aynı zamanda tarihsel, kültürel aktarıma olanak sağlamaktadır. Birey belleği sadece kendine ait olan anıları değil, diğer bireylerin de önemli olarak belirttikleri bellek kalıplarını da kapsamaktadır. Hafızanın toplumsal çerçeveleri teorisine göre bellek onu aktaranlar olduğu sürece varlığını devam ettirebilmektedir. Bellek onu aktaracak araçlara ihtiyaç duymaktadır. Belgesel sinemada bu noktada yapısal özellikleri ve yapım ilkelerinden ötürü bu işlev için uygun bir araç haline gelmektedir.

“...Belgesel sinema yaşamı bir bütün olarak algılamamızı sağlarken zihinsel olarak yaşadığımız çağa, ortama eleştirel bir perspektiften bakmamızı ister. İzleyenlerin “sistemin edilgenleştirici tuzaklarından uzaklaşıp aktif öznelerle dönüşmesini hayal eder...” (Susam , 2015: 131).

Belgesel sinema çalışmalarında ilk eğilimlere bakıldığı zaman çeşitli gelenekler etrafında şekillendiği görülmektedir. Dört gelenek altında incelenmiştir. Doğalcı gelenek ilk izlenimde öykü belgeseli andırmaktadır. Toplum ya da durumun gözlemlenmesi üzerine kuruludur. Kayıt altına alınan kişinin veya durumun doğal çevreye uyumu konusunda oldukça az çaba harcanır. Doğal çevre dramatik bir unsur yaratılmasında ön plana çıkmaz, sadece destekleyici konumda bulunur. Doğal çevrenin destekleyici unsur olarak kullanılması haber ve gezi filmlerinden alışıldık bir durumu anca dramatik yapıları bulunmuyordu. Doğalcı akımın en büyük ve ilk temsilcisi Roberto Flaherty kendi yaşam öyküsü içerisinde insan ve doğa çatışmasına yakından şahit olmuş ve bu dramatik öğeler ilgisini çekmiştir. Hem birden fazla kaynaktan ilk belgesel film kabul edilen hem de Flaherty'nin ilk filmi olan “Kuzeyli Nanook” filmi de insan ve doğa çatışmasını ele alan dramatik bir öyküdür. Flaherty, eserinden sağlıklı bir sonuç alabilmek için çekim içi gittiği yerlerde uzun süre vakit geçirmiştir. Bu sürenin büyük çoğunluğunda insanların yaşama biçimlerini ve doğal çevreyi tanıyıp çekimlerini nasıl gerçekleştireceğini planlamıştır (Adalı, 1986: 13-18)

Gerçekçi gelenek, diğer adı ile Kent Gerçekçiliği 1920'li yıllarda Fransa'da avangart sanatçıların etkinlikleri ile başlamıştır. Fransız yaşamının çeşitli yönlerini belgelemek adına çeşitli kısa filmler çekilmiştir. Gerçekçi gelenekte kent

görüntüleri belirgin bir konu üzerine eğilmeden çarpıcı bir şekilde verilmektedir. Önemli olan noktası görüntüler arasındaki senfoniye sağlamaktır. İlk denemeler sanat, sanat içindir düşüncesinde uzaklaşmamıştır. Bu elit grup içerisinde yalnızca Alberto Cavalcanti gerçek anlamda bir belgesel ortaya koymuştur. Gerçekçi gelenek John Grierson tarafından günlük olayların senfonik bir dille bir araya gelmesinin yeterli olmadığı noktasında eleştirilir. Çünkü ona göre belgesel filmin toplumsal bir işlevi yerine getirmesi gerekmektedir. Filmlerin yeterli eleştiriyi yapamadığını savunur. Gerçekçiler ise Doğalcıların romantik bir yaklaşım içerisinde olduklarını, doğada gerçekleşecek iklimlerin önceden belirli olduğunu ve müdahale edilemez olduğunu ancak kendilerinin yaptığı senfonik sunumu hazırlamanın daha zor olduğunu savunmaktadır (İpek, 2014: 16-20)

Belgesel sinema ve haber arasındaki en büyük ilişki aynı malzemenin ele alınmasıyla ortaya çıkmaktadır. Ancak iki tür birbirinden farklıdır. İki türün yaklaşımı aynı olsa da yaklaşım ve yorumlama süreci farklı işlemektedir. Haber filmciler güncel bir olayı en kısa süre içerisinde aktarıp seyirciye iletmeyi amaçlamaktadır. Ancak belgesel sinemada böyle bir kaygı yoktur. Belgesel sinemanın kaygısı gerçekliğin yaratıcı bir şekilde ele alınmasıdır. Haber filmcilerin belgesel sinemanın bir geleneği olarak anılmasının sebebi yaşamın kendine özgü dramını aktarmasından kaynaklanmaktadır. Kurgunun da katmış olduğu etki ile belgesel filmlerden ayrılması zorlaşmaktadır (Adalı, 1986: 29-32).

Haber filmleri ve belgesel film arasındaki köprüyü en iyi kuran kişilerden bir tanesi Sine-Göz kuramı ile Dziga Vertov'dur. Kendisi Sine-Göz'ü şu formülle tanımlamaktadır; "*Sine-göz= gerçeklerin sine- kaydı, Sine-göz= sine-görmek, sine-yazmak, sine düzenleme*" (Gider Işıkman, 2015: 137). Sine-göz'ü haber filmlerinden ayıran öge kurgudaki yaklaşımda yatmaktadır. Görüntüler bir haber filmi gibi müdahale edilmeden çekilmekteydi. Çekilen görüntüler arasındaki bağlantı kurgu ile oluşturularak sinemasal bütünlük sağlanmıştır (Gider Işıkman, 2015: 138).

Propagandanın belgesel sinemanın önemli bir işlevi olmasından kaynaklı olarak propaganda bir belgesel geleneği olarak kabul edilmiştir. Belgesel sinemaya işlev olarak yüklenen eğitime, bilgilendirme amaçları propaganda geleneği altında toplanmıştır. Belgesel sinema okulları tarafından oldukça sık kullanılmıştır. Bunların başında Sovyet Okulu gelmektedir (Adalı, 1986: 32-36)

Belgesel Sinema tarihinde bilinmesi gereken en önemli okullardan biri İngiliz Belgesel Okulu'dur. Okul, John Grierson'un 1932 tarihli Küçük Manifestosundan temellerini almaktadır Belgesel sinema tarihinin önemli isimlerinden olan John Grierson (Grierson, 2014), belgesel sinemanın yol gösterici olması gerektiğine

inanmış ve Belgesel Sinema okulu için hazırladığı küçük manifestosunda kısaca belgeselin taşıması gereken niteliklerden bahsetmiştir;

- “Belgesel tüm gerçekçiliği ile yaşanan sahneleri ve yaşam öyküsünü görüntülemelidir.
- Gerçek dünya görüntülenirken doğal oyuncular ve doğal sahne bir yol gösterici olarak kullanılmalıdır.
- Belgeselin gereçleri ve öyküler de yaşamın içinden ve gerçek olursa yaratıcılık ortaya çıkar.” (Gündes Öngören, 1991: 69).

Asuman Susam’ında belirttiği gibi belgesel sinema toplumsal belleği canlı tutma işleviyle geçmiş ve bugün ve gelecek arasında köprü kurar (Susam, 2015). Toplumsal bellek içinde bastırılmış hatırlanmak istemeyen olayları bir aynaya bakarmışçasına bize gösterir. Ancak belleğin belgesel sinema ile yeniden kurulma sürecinde olayların temsili arasında uyumsuzluk olabilir. Bu yüzden belgesel yönetmenin bakış açısı ve nesnelligi önemlidir. Her eserin farklı bir fikri vardır. Farklı yönetmenler aynı konuyu ele alsalar bile bakış açıları farklı olabilir ve gerçeği farklı açılardan görmemize olanak sağlar.

Her belgeselin hizmet ettiği bir amaç bulunmaktadır. Amaç ne olursa olsun belgeselde dramatik şekilde vurgu kazanır. Yine de belgeselciler kitle ve birey arasındaki ilişkiyi mutlak başarıyla ortaya koyamamıştır. Belgesel yapımında karşılaşılan en büyük zorluklardan biri de hem doğallığı koruyup hem de dikkat çekilmek istenen noktanın verilebilmesidir. Belgesel toplumsal bir amaç bir propaganda işlevinde ise bunu yapmak zorunludur. Karakterlerin fikirlerinin karakterize edilmiş ve destekleyici olarak kullanılması gerekmektedir. Bu bir zorunluluk olarak görülür. Belgesel yönetmenlerini motive eden sadece yapacakları işten alacakları ücret değildir. Bu toplumsal sorumluluk düşüncesi ile kurmaca film yönetmenlerinde ayrılmaktadırlar. Belgeselciler eserlerini bir toplumsal ifade aracı olarak görmektedir. Toplumsal zayıflıkların keşfedilmesi, önemli olayların kalıcılığının sağlanması, deneyimlerin aktarılması belgesellerin amaçlarından bazılarıdır. Sadece görünenin olduğu gibi aktarılmasını değil aynı zamanda bunun bir çözümlemesini sunmak da belgeselin işlevlerindedir. Neticede belgesel sinema hatırlatma ve sorgulatmaya dayanarak toplumsal belleği canlı tutar. Belgesel sinemanın ve yönetmenlerinin üstlendiği toplumsal sorumluluk işlevi bunun sağlamaktadır. Toplumsal zayıflıkların keşfedilmesi, önemli olayların aktarılması işlevleri ile birlikte sunulanın çözümlenmesi de belgeselin işlevleri arasına girmektedir. Ancak Paul Rotha’nın belirttiği üzere toplumun gelişen ve değişen kümülatif bir yapıda olması sebebi ile hiçbir belgesel tamamen doğru olamayacaktır (Rotha, 2002: 83-93)

ETNOGRAFYA VE ETNOGRAFİK BELGESEL

Yakın dönem toplumsal araştırmalarda ilgi görmeye başlayan “etnografya”, diğer adı ile “budun betim” niteliksel bir araştırma türüdür. Etnografya en geniş tanımı ile antropolojiye göre daha geniş bir zaman dilimi içerisinde ele aldığı toplumların gündelik yaşantısını kapsamaktadır. Kökeni Yunanca’dan gelen “ethno” ve “graphos” sözcüklerinin birleşimi olan etnografya kelimesi anlam olarak kavimleri karşılaştırarak inceleyen kültür oluşumlarını araştıran bilim olarak tanımlanmaktadır. İnsan ve toplum ilişkisini bütün olarak ele almaktadır. Sömürgeciliğin sona ermesi ve toplumların modernleşmesi ile yükselişe geçmiştir. 19. yüzyılda bilim olarak kökleri atılmıştır. Etnografik araştırmalar kültürler ve toplumlar hakkında bilgi edinmede bir kaynak olmuştur. Etnografik araştırmaların temel varsayımı her topluluğun bir kültürü olacağı yönündedir. Dolayısı ile temelinde kültür yatmaktadır. 20. Yüzyıl antropoloji çalışmalarına öncü olan Baronislaw Malinowski’nin araştırmaları yerli bakış açısının nasıl kavranması sorununun ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Malinowski, 1992: 8-9). Çünkü “ötekini kavramak, sadece nesnesini incelerken tutulacak yolları araştıran yöntem bilimin değil, aynı zamanda “bilen öznenin nesneyi, nasıl bildiği ile ilgili sorulara yanıt vermeye” çalışan bilgi kuramının da bir sorunudur (Altuntek, 2009: 10).

Etnografik araştırmaların en önemli özelliği katılım gerektiriyor olmasıdır. İçeriden bakış savında anlatılmak istenen aslında bu katılım özelliğidir. Malinowski de araştırmacının bir toplumu incelemek amacı ile yola çıktığında kendi kültüründen soyutlanması gerektiğini, içine girdiği yeni kültürü en az bir yıl süre özümsemesi gerektiğini savunmuştur. Bu durumun araştırmacıya incelediği kültürü anlamlandırma ve yorumlama aşamasında yardımcı olacağını çünkü bu süreç içerisinde yukarıda bahsettiğimiz ötekini kavramak parçasının gerçekteleceğini savunmaktadır. Araştırmacı kültüre karşı onlar konumundan biz konumuna geçiş yapmaktadır (Kuzu, 2020: 203-204). Bu yüzden etnograf bir antropoloğa göre toplumun yaşam tarzını anlamakta daha başarılıdır. Bazı kaynaklar ise etnografyanın kültürün betimlenmesi süreci olduğunu vurgulamaktadır. Betimleme burada etnografin deneyimlerine dayanmaktadır. Bilginin çıkış noktası ve öznellik arasında denge kurulmalıdır.

“Etnoloji” ise Yunanca “ethnos” ve “logos” kelimelerinden türemiştir. “İrk bilimi” anlamına gelen etnoloji, insan ırklarının köklerini nereden geldikleri, nasıl geldikleri, yeryüzü üzerindeki dağılışları, dil ve kültür niteliklerini ve aralarındaki bağlantıları açıklamaya çalışmaktadır. Özellikle bir toplumu ele alan etnografya, daha geniş bir araştırma yelpazesi olan etnolojiden çalışma bakımından ayrılmaktadır. Oldukça benzer kavramlar olmaları dolayısı ile net bir ayırım yapmak oldukça güçtür (Karasu, 2009: 11-14).

Etnografik alan çalışmalarında görsel materyalin kullanılması Alfred Cort Haddon'nun Torres Boğazını keşfine gitmesiyle olmuştur. Yanına bir kinetograf almanın yapacağı çalışma açısından önem arz edeceği fikri ile yola çıkmıştır. Bu sayede görsel materyal 19. yüzyılda etnografik alan çalışmalarında kullanılmaya başlanmıştır (Yıldırım, 2013: 113). Etnografik araştırma yöntemi sosyal bilimler alanında çeşitli kültürlere yönelik veri toplama amacı ile kullanılmıştır. Etnografik belgeleme olarak adlandırılan yöntem incelenen toplumun kültürünün yazılı, görsel ya da işitsel olarak kaydedilmesi olarak tanımlanmaktadır (Susar, 2005: 141).

1800'lerin ikinci çeyreğinde Fransız bir doktor Felix Louis Regnault insan davranışlarını belgelemek amacı ile video kayıtları tutmaktadır. 1895 yılında Regnault tarafından Paris'te kaydedilen "Wolof Kadınının Çömlek Yapımı" isimli film etnografik filmlerin ilk örneği olarak alanda yer almaktadır. Ancak etnografik film teriminin kullanılması ve tanımının yapılması 1948 yılında yapılan Musee de Homme'de gerçekleşen etnografik film kongresinde başlamıştır. Etnografik film 1950'li yıllarda bilimsel bir alan halini almıştır. Etnografik filmler sömürgecilik olgusu olarak başlamış ve sömürgecilik fenomeninin neden olduğu dönemlerde gelişimi göstermiştir (De Brigard, 1975: 15-16). Etnografik film tartışmasının doğru temele dayalı bir yaklaşımla ortaya çıkmaması birçok sorunu ve tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Bunlardan bazıları etnografik filmin tanımının nasıl yapılacağı, yönetmenlerin antropolog olmaması, görsel antropolojinin disiplin olarak varlığı ve filmlerdeki bilim sanat ikilemidir. Sinemada gerçeklik olgusu belgesel ile özdeşleştiği için etnografik film tanımı doğrudan belgesel başlığı altında değerlendirilmiştir.

19. yüzyıl antropoloji çalışmalarının gelişmesine ve doğa bilimleri ile karşılaştırılabilir bir hale gelmesine neden olan olaylardan biri 1898 yılında zoolog olan Alfred Cord Haddon'un Cambridge antropolojik keşif gezisi olan Torres Straits'e yaptığı gezidir. Bu gezi fiziksel antropoloji, maddi kültür öğeleri, sosyal organizasyon ve din olmak üzere Torres Straits yaşamının etnografik yönlerini ortaya koymayı amaçlayan bir keşif gezisiydi. Bu gezi Lumiere Kardeşlerin kameraları ile kayıt altına alınmıştır ve *The Life in Torres Straits* isimli bir video çekimi ortaya konmuştur. Haddon'un keşif gezisinin filme alınması etnografya alanında yapıldığı bilinen eski çalışmalardan biridir (De Brigard, 1975: 16). Erken dönem etnografik filmler arasında yer alan çalışmalarda Avusturyalı antropolog Rudolf Pöch 1904-06 yılları arasında Papua Yeni Gine'de, 1907-09 yılları arasında Namibia ve Kuzey Afrika'nın çeşitli bölgelerinde çekimler yapmıştır. Pöch Birinci Dünya Savaşı yıllarında esir kamplarında antropolojik filmler çekmiştir. Fotoğrafçı Edward Curtis, 1914 yılında Amerikan yerli kabilesi Kwakiutl çekimlerini yapar. 1922 ve 1930 yılları arasında Paul Fejos

ve benzeri film yapımcıları etnografik film üretmek için çalışmalar yürütür ve insanları yetiştirmeyi amaçlamaktadır. 1923 yılında Amerika'ya göç edene kadar Macaristan'da çalışır. 1928 yılında "*The Last Moment*" filmini üretmiştir. 1922 yılında Roberto Flaherty *İnutların* yaşam alanını kayıt altına alan "Kuzeyli Nanook" filmini yapmıştır. Bu film belgesel film tarihi açısından oldukça önem arz etmektedir. Flaherty film çekimleri esnasında etnografik saha araştırmalarında kullanılan yöntemlerle (Katılımlı gözlem, yerlilerle iletişim kurulması) doğrudan benzerlik gösteren yöntemler kullanmıştır. Hem bir sinemacı hem de bir antropolog olan Jean Rouch çalışmalarında sinemayı ve antropolojiyi harmanlamayı başarmıştır. Alanda teorisyen olarak kabul edilen Rouch, Flaherty'i etnografik sinemanın ilk uygulayıcısı olarak gördüğünü belirtir. (Duman İnce, 2019: 41-58).

Antropoloji alanında yapılan çalışmalarda önemli bir araştırmacı olan Jay Ruby, etnografik filmi tanımlayan bir manifesto yayınlamıştır. Kendisi antropoloji çalışmaları yürüttüğünden dolayı manifesto, antropolojik bakış açısına göre tasarlanmıştır. Etnografik sinema manifestosuna göre antropoloji ile ortak amaçları ilerletebilecek bir sinemanın varlığı için belirli amaçların sağlanması gerekmektedir. Bu amaçlara göre Ruby'nin manifestosunda yer alan ilk madde etnografik sinemanın bu konuda uzmanlaşmış antropologlar tarafından yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Etnografik sinema çok sesliliği desteklemeli ve sosyoekonomik nedenler altında kalmamalıdır. Tüm sinema formları açısından yararlanılabilir olmalıdır. Bu madde Ruby tarafından anti-realist, anti-pozitivist, belgesel gerçekliğin kurallarından ayrılmalı olarak ifade edilmiştir. Etnografik sinemanın, antropolojik araştırmalar açısından bir ifade aracı olarak görülüp medyanın sınırlarını keşfetmesi gerekmektedir. Ruby, film yapımcılarının seyirciler ile ilişkilerinin düzgün kurulması gerektiğine, ayrıca etnografik sinemanın akıl karıştırıcı olabileceği özellikleri dışında maddi özelliklerinde nasıl olması gerektiğine değinmiştir. Yapım aşamasında sınırlara takılmamak açısından yapım maliyetlerinin alçak gönüllü olması gerektiğini savunur. Çünkü etnografik filmler üzerlerinden hayat kazanılması için değil akademik bilgi ile iletişim kurulmak için vardır. Etnografik filmlerin devlet, kamu televizyonları ve popüler ürünlere yer veren ajanslardan uzak durması, dağıtım olanakları ve finans kaynakları açısından alternatifler üretilmesi gerektiğini savunmuştur. Aynı şekilde film festivalleri yetersiz bulmuş ve antropolojik tartışmaların ve söylemlerin yer alabileceği yeni gösterim yerleri bulunması gerektiğini savunmuştur (Ruby, 2005: 79-80).

Ruby, etnografik sinema manifestosunda doğru bir etnografik sinema anlayışının ortaya çıkabilmesi için olabildiğinde özgür bir ortam yaratılması gerektiğini savunmuştur. Bu özgür ortam, sosyoekonomik kaygılardan ve müdahale edilebilir düşüncelerden uzak olmalıdır.

Etnografik film tarihi, genellikle ötekileştirilmiş, modernizmin dışında kalmış toplulukları ele alıyor gibi görünse de 21. yüzyıl etnografik araştırmalarında konu sınırlaması genişlemiştir. Fakat tabii ki 21. yüzyıl etnografik çalışmalarını anlamak için yapılan çalışmaları ve bu noktaya nasıl geldiğini bilmek ve karşılaştırma yapabilmek gerekmektedir.

Hem bir sinemacı hem de bir antropolog olan Jean Rouch, çalışmalarında sinemayı ve antropolojiyi harmanlamayı başarmıştır. Belgesel sinema ve etnografik araştırmalarda en belirgin ortak unsur, gerçeğin olduğu gibi verilebilmesidir. Belgesel film çalışmalarında yönetmen bir etnograf gibi araştırma teknikleri uygulamalıdır. Etnografik belgeseller klasik belgesel yapısından farklı olarak kullanılan araştırma yöntemi ile söylemi ve duruşuyla ticari belgesellerden ayrılmaktadır. Gerçeği vermek isterken bir belgeselci açısından öncelik estetik ve kaygılardır; fakat etnolog açısından bilimsel kaygıdır. Aradaki dengeyi sağlamak oldukça zordur. Bir noktada iki çalışma alanı birbiri ile kesişmektedir. Ancak her antropolojik görüntü belgesel olarak nitelendirilemeyeceği gibi, her belgesel de antropolojik ya da etnografik olarak tanımlanamayacaktır (İnce, 2010: 35).

Karl G. Heider etnografik filmin unsurlarını ortaya koymak için bir şema sunar. Bu şemaya göre etnografik olarak tanımlanan filmlerin taşınması gereken ortak özellikler bulunmaktadır.

Etnografik Temel	etnografya- dan haber- siz		derin etnografik anlayışla şekil- lenmiş
Yazılı Materyal ile Bağ	hiçbir ma- teryal yok	hayal meyal bağ- lantılı materyal	yayımlanmış materyalle iyi bir şekilde bütünleş- miş
Bütün Hareketler	parça par- ça eksik kalmış hareketler		başlangıçlar, can alıcı noktalar ve bitişler
Bütün Bedenler	aşırı par- çalanmış bedenler, parça parça omuz çe- kimler		gerekli tüm bedenler, gövdeler

Açıklamalar ve Müdahalelerin Değerlendirilmesi	filmde ya da resimde hiçbir bilgi yok	biraz girişim	yeterli derecede
Temel Teknik Yetlilik	yetersizlik içinde oyalanma	makul olabilecek yeterlilik	fevkalade kaliteli
Ses Uygunluğu	uygun olmayan ses (örneğin orkestra müziği, ağır öyküleme)	ölçülü öyküleme	eşzamanlı doğal ses
Anlatım Uygunluğu	alakasız, gereksiz, ağdalı,		en uygun şekilde açıklığa kavuşturan ve görsellerle bağlantılı
Etnografik Mevcudiyet	etnografin varlığı görmezden gelinir	etnografin varlığına değinilir	etnograf filmde etkileşim halindeyken ve bilgi toplarken gösterilir
Bağlamsallık	yalıtılmış, bağlam dışı davranış	bağlamsallaştırılan el, kol hareketleri	tamamen bağlamsallık
Bütün İnsanlar	kimliği belirsiz yığınlar		bireysellik duygusu geliştirir
Film Yapım Sürecine Müdahale:			



Zamana Müdahale	geçici sıralama yeniden düzenlenir	kısaltılmış zaman	gerçek zaman
Devamlılığa Müdahale	çoğu gerçek olayın çekimlerinin dışında kurulan basit sıralama		gerçek, korunmuş sıralama
Davranışa Kasıtsız Müdahale	en yüksek seviyede	ölçülü	en az seviyede
Davranışa Kasıtlı Müdahale	en yüksek seviyede	ölçülü	en az seviyede

Tablo 2: Etnografik Film Özelliklerinin Boyutlu Şeması (Heider, 1976, s. 113)

HONEYLAND (BAL ÜLKESİ) BELGESELİNİN ETNOGRAFİK ÇÖZÜMLEMESİ

Yönetmenliğini Tamara Kotevska ve Ljubomir Stefanov'un yaptığı "Bal Ülkesi" filmi Makedonya'nın çok uzak bir dağ köyü olan Bekirlija'da hayatını yabancı arıcılık ile devam ettiren Hatidze Muratova'nın hikayesini anlatmaktadır. Bekirlija'nın konumu nedeni ile modern hayattan uzakta elektriğin ve temiz suyun olmadığı bir yerde hayatını sürdüren Hatidze, 85 yaşındaki hasta annesi ile yaşamaktadır. Avrupa'da yabancı arıcılık yapan son kişilerden biri olan Hatidze, ürettiği balı ürünü topladıkça çeşitli dönemlerde başkent Üsküp'e götürüp satmaktadır. Kendisi ve annesi için gerekli ihtiyaçları alıp evine getirmektedir. Hatidze'nin hayatı sabit bir çizgide ilerlerken Bekirlija'ya hayvancılık ile uğraşan göçebe bir ailenin gelmesi ile atmosfer değişmektedir. Hatidze ve aile ilk başlarda iyi anlaşırılar ancak Hussein, Hatidze'nin bal üretimi işinden ilham alarak kendisi de bu işi yürütmeye başlar. Hatidze arılar ve bal üretimi ile ilgili bildiklerini Hussein'e aktarsa da Hussein'in ballarının alıcısı daha fazla bal talep ettiği için Hatidze'nin tavsiyelerini dikkate almaz. Hatidze üretimin devamlılığı için balın bir kısmını arılara geri bırakmak gerektiğini söylemiştir. Bir süre sonra zamansız açılan arı kovanları sebebi ile Hussein'in arıları Hatidze'nin arılarının ölmesine neden olur ve aile ile Hatidze'nin arası açılır. Bu esnada Hussein'in

çocuklarından biri olan Mustafa Hatidze ile yakınlık kurar ve Hatidze ona işin doğrusunun nasıl yapılacağını öğretir. Mustafa da babasına söylemesine rağmen Hussein onları dinlemez. Arı kolonilerinin zarar görmesi ve kışın da gelmesi ile Hussein'in ailesi zarara girmeye başlar. Yalnızca arıcılıktan değil aynı zamanda baktıkları büyükbaş hayvanlar da ölmeye başlar. Bir süre sonra göçebe aile toparlanıp gider ve Hatidze'nin evi Bekirlija'da yeniden tek yaşayan hane olur. Göçmen aile gittikten bir süre sonra Hatidze'nin hasta annesi de ölür ve köyde tamamen yalnız kalır.

“Bal Ülkesi” filminin ortaya çıkmasına zemin hazırlayan asıl olay Kotevska ve Stefanov'un Bregalnica nehri ve çevresindeki bölgenin korunmasına yönelik yapılması planlanan hükümet destekli bir projenin hayata geçirilmesi için ekibin bölgeye gitmesi ile başlamıştır. Köylülerin tarım çalışmalarının nehrin doğal değişimini takip etmek isteyen ekip Hatidze Muratova ile tanıştırılmış. Başlangıçta Hatidze'nin de dahil olduğu haliyle belgesel sürdürülebilir yaşam üzerine bilgi vermeyi amaçlamaktaydı. Ancak Hussein Sam ve ailesinin gelişyle planlarda değişiklik olmuştur.

Etnografik Temel: Bal Ülkesi etnografik temeli olmayan bir belgesel filmidir. Başlangıç noktasında farklı bir amaç ile yola çıkılmış bu yüzden de tamamen şans eseri gerçekleştirilmiş bir temele dayanmaktadır. Fakat buna rağmen çekimler esnasında birçok etnografik veri ortaya çıkmıştır. Film ağırlıklı olarak Hatidze'nin annesi ve komşularıyla olan ilişkisine ve doğa ile olan etkileşimlerine odaklanmaktadır. Ancak insan doğası gereği paylaşımında bulunmaktadır ve bu da kültürel öğeleri açığa çıkarmaktadır. Hatidze'nin yaşam tarzı izleyicilere onun hangi kültürel yapı içerisine dahil olduğu parçalı olarak anlatılmaktadır.

Yazılı Materyal ile Bağ: Ekibin yapmak istediği belgesel ve üretim aşamasında değişen kararları neticesinde yazılı materyal ile bir bağ kurulamamıştır.

Bütün Hareketler: “Bal Ülkesi” belgeseli bütün hareketler özelliğini düzgün yansıtamamıştır. Bunun yansıtılabilmesi için belgeseldeki her bir karenin ortada var olan bir kültürle alakası olması gerekmektedir. Ancak belgeselin çıkış noktası orada var olan göçmen Türk ailesinin kültürü değildir. Buna karşın çekimler esnasında kültürel materyaller ortaya çıkmıştır. Belgesel Hatidze'nin yabancı arıcılığa nasıl başladığını seyirciye sunmaz ancak bunu nasıl devam ettiğini ve şans eseri nasıl kendinden sonraki bir kuşağa aktardığının bilgisini izleyiciye vermektedir. Göçebe aileye de geleneksel arıcılık ile ilgili bildiklerini aktarmasına rağmen hane içerisinde Hatidze'nin söylediklerine kulak veren sadece Mustafa olur. Bu yüzden de Hatidze bildiği şeyleri Mustafa'ya aktarır. Belgesel geleneksel yöntem ile bal yapımını seyirciye sunmaktadır ancak odak noktası bal üretimi olmadığı için bu bilgi de eksik kalmıştır. Hatidze'nin kullandığı koni şeklindeki

kovanlar aslında Trakya kökenli sepet kovan yöntemidir. Koni şeklindeki kovan arıların yazın sıcaktan kışın soğuktan korunmasını sağlayan bir yapıya sahiptir. Ancak belgeselde bu arka plana yer verilmez.



Resim 1: Hatidze ve Mustafa

Baharın gelişini kutlamak için yapılan Hıdrellez etkinliğine yer verilen sahneler bulunmaktadır. Ancak diğer bilgiler gibi bu bayramın neden olduğu konusunda bir bilgi aktarılmamıştır. Diğer bir kültürel öge ise Hatidze'nin annesinin ölümünden sonra ateş ile şeytanları kovmasıdır. Bu eylem de belgeselde açıklanmayan öğelerden biridir. Belgesel etnografik öğeleri barındırıyor olsa da etnografik arka plana sahip olmamasından dolayı etnografik olarak değerlendirmek yanlış olacaktır.

Bütün Bedenler: Çekimlerin sinematografik özelliklerine önem verilmiş ve çerçeveler buna göre kurulmuştur. Genel, orta, yakın çekimler sıklıkla kullanılıp filmin estetiği sağlanmıştır. Yakın çekimler genel olarak Hatidze, arıları ve doğa ile ilgilenirken kullanılmıştır. Petekler detaylı olarak gösterilmiştir. Fakat Hussein'in arıları ile ilgilendiği sahneler genel çekimden alınmıştır. Çekimler arasındaki bu farkın Hatidze'nin yaptığı işi yücelttiği söylenebilir.

Açıklamalar ve Müdahalelerin Değerlendirilmesi: “Bal Ülkesi” filmine yapılan en büyük müdahale, çekim ekibi Hussein Sam ve ailesinin geliş zamanını kaçırmaları neticesinde bu sahne yeniden canlandırılmıştır. Yönetmen Kotevska her ne kadar filmin hiçbir sahnesinin gerçek dışı olmadığını vurgulasa da burada yapılan çekim tekrarı ve sonrasında Hatidze ve Hussein Sam'in ailesi arasındaki komşuluk ilişkilerinin gelişmesini yarattığı zaman sıçramasından dolayı bozulduğu söylenebilir. Gerçek dışı olmasa da zamansal kaymaya yol açmıştır.

Gözlemci bakış ile müdahale etmeden doğal gözlem yapmayı planlayan ekip, belgeselin içerisine doğrudan müdahale etmese bile materyal olarak kullandıkları insanları kamera karşısında rahat ettirmeyi başaramadığı gözlenmiştir. Bu yüzden Hatidze'nin başlangıçtaki sahnelerinde gözlerini kameradan kaçırmak için

uğraştığını ya da gülümsediği görülmektedir. Ancak bir süre sonra hem Hussein Sam'in ailesi hem de Hatidze kameraya alışmıştır. Burada ekibin eksikliği çekimlere başlamadan önce onlara kamerayı unutacak zaman vermedikleri sonucuna varılabilir.

Temel Teknik ve Yeterlilik: Çekimleri 3 yıl süren belgeselin yaşadığı en büyük teknik yetersizlik Bekirlija köyünde elektrik bulunmaması neticesinde ekip bataryaları şarj etme ve çekimlerde istenen görüntü kalitesini elde etmek için gün ışığı ve mum ışığı kullanmak durumunda kalmıştır. Ancak temel ve teknik yeterlilik sağlanmıştır. Belgesel film olma özelliği de unutulmamıştır.

Ses Uygunluğu: Çekimlerin doğal sesleri kullanılmıştır. Dışarıdan bir anlatıcı ya da röportaj eklenmemiştir. Hatidze'nin hem Türkçe hem Macarca konuşmalarına İngilizce altyazı eklenmiştir. 31 Ocak 2020 tarihinde Türkiye'de iki dijital yayın platformunda Türkçe altyazılı izleme imkânı sağlanmıştır. Hatidze'nin çevresindekiler ile doğal sohbetleri, Hussein Sam ve ailesinin doğal sohbetleri yoğunluktadır. Doğal sohbetler esnasında kültür aktarımı yapılmıştır. Hatidze'nin söylediği şarkıların da ailesinden ve onlardan önce göçen diğer Türk ailelerden öğrendiği varsayılmaktadır. Filmin müzikleri Makedon müzik grubu Foltin tarafından bestelenip seslendirilmiştir.

Anlatım Uygunluğu: Çekim ekibinin amacı doğal süreci gözlemlemek olduğu için arıcılık hakkında ya da Hatidze hakkında bir ön araştırma bulunmamaktadır. Fakat yazılı materyal ile bağlantısı bulunmamasına rağmen rastgele gelişen süreçte görseller anlatılmak isteneni desteklemiştir.

Etnografik Mevcudiyet: Çekim ekibi belgeselde herhangi bir araştırma yaparken ya da röportaj yaparken görünmemektedir. Bu yüzden etnografik mevcudiyet bulunmamaktadır.

Bağlamsallık: “Bal Ülkesi” filmi kendi içerisinde bağlamsallığı sağlamıştır. Konu ile alakasız olarak araya giren görüntü bulunmamaktadır. Düz çizgisel olarak olayların akışı ele alınmıştır. Her sahne kendinden öncekini açıklayarak devam etmektedir.

Bütün İnsanlar: Belgeselde kimliği belirsiz yığınlar yerine bireysellik ağırlıklı betimlemeler bulunmaktadır. Sadece Hidrellez ve Üsküp'te bilinmeyen kalabalık göze çarpar. Bunun dışında Hatidze, Hussein, Mustafa gibi kişiler üzerine odaklanılmıştır.

Film Yapım Sürecine Müdahale

- Zamana Müdahale: Zamana müdahale söz konusu değildir.

- Devamlılığa Müdahale: Bütünlüğü sağlamak için tek bir sahne yeniden çekilmiştir.

Davranışa Kasıtsız Müdahale: Davranışa kasıtsız müdahale minimum düzeydedir. Yaşanan olaylar silsilesi ekip tarafından sadece kayıt altına alınmış müdahale edilmemiştir. Kameranın varlığı zaman içerisinde unutulmuştur.

Davranışa Kasıtlı Müdahale: Hussein Sam ailesinin Bekirlija'ya gelişinin kaçırılmasından dolayı sadece burada kasıtlı bir müdahale bulunmaktadır. Ancak tarihsel gerçek ya da içerik açısından bir müdahale söz konusu değildir.

Tablo 3'de Bal Ülkesi belgeselinin Heider'in şemasına yerleştirilmiş şekli yer alacaktır;

Etnografik temel	Etnografyadan habersiz		
Yazılı Materyal ile Bağ	Hiçbir materyal yok		
Bütün Hareketler	Parça parça eksik kalmış hareketler		
Bütün Bedenler			Gerekli tüm bedenler, gövdeler
Açıklamalar ve Müdahalenin Değerlendirilmesi		Biraz girişim	
Temel Teknik Yeterlilik		Makul olabilecek yeterlilik	
Ses Uygunluğu		Ölçülü öyküleme	
Anlatım Uygunluğu	Alakasız, gereksiz, ağdalı		
Etnografik mevcudiyet	Etnografin varlığı görmezden gelinir		
Bağlamsallık			Tamamen bağlamsallık
Bütün İnsanlar			Bireysellik duygusunu geliştirir

			Gerçek zaman
	Çoğu gerçek olayın çekimlerinin dışında kurulan basit sıralama		
Davranışa Kasıtsız Müdahale			En az seviyede
Davranışa Kasıtlı Müdahale		ölçülü	

Tablo 3: “Bal Ülkesi” Filminin Etnografik Çözümleme Tablosu

LIVING ON ONE DOLLAR (BİR DOLAR İLE YAŞAMAK) BELGESELİNİN ETNOGRAFİK ÇÖZÜMLEMESİ

“Bir Dolar ile Yaşamak” belgeseli Amerika’da ekonomi okuyan iki öğrencinin ders kitaplarından edemediği bilgileri deneyimlemek istemesi üzerine başlamıştır. Müreffeh bir yaşam düzeyinin içerisinden çıkıp Guatemala’nın Pena Blanca kasabasına yolculuklarında 56 gün boyunca edindikleri tecrübeler aktarılmaktadır. Filmin yönetmenliğini Chris Temple, Zach Ingrasci, Sean Leonard, Ryan Christoffersen yapmıştır. Bu çalışma fikrinin hayata geçebilmesi için Whole Planet Foundation ve Claremont Mckenna College’in desteği ile Guatemala’ya gidilebilmesi için yeterli para sağlanmış ve proje hayata geçirilmiştir.

Etnografik Temel: Merak ve deneyimleme üzerine kurulu olan “Bir Dolar ile Yaşamak” belgeseli plansız gelişen ve YouTube platformu için hazırlanan kısa videolar ile ortaya çıkmış bir belgeseldir. Ancak buradaki plansızlık yapım aşamasını kapsamaktadır. Profesyonel bir belgesel ekibi olarak değil, vlog çeken öğrenciler olarak orada bulunmuşlardır. Daha sonra bu çalışma belgesel olarak kabul edilmiştir. Ekonomi okuyan film yönetmenleri Guatemala’ya rastgele bir örneklem olarak seçmemiş daha önce tatil yapmak için gittiği bölgede ülkeden etkilenerek bu kararı almıştır.

Yazılı Materyal ile Bağ: Ekip deneyimlemek istediği yaşamı ve kültürü hem deneyimleyerek anlatmış hem de daha önceden yapılan gözlem ile yola çıkmıştır.

Bütün Hareketler: “Bir Dolar ile Yaşamak” belgeseli bütün hareketler ilkesini tam olarak karşılayamamıştır. Bu ilkenin karşılanabilmesi için doğrudan ortadaki kültüre odaklanmış olması gerekmektedir. Fakat kültür parça parça ve detaysız olarak aktarmış bunu yerine ekonomik faktörlere ağırlık verilmiştir. Belgesel izleyiciye Pena Blanca’da yaşayan Maya halkının varlığını dile getirmektedir.

Maya kültürü ile ilgili detaylı bilgi vermemektedir. Bölge halkının geçinmek için yaptığı zanaatkar ürünleri aslında kültürün bir parçası dolayısı ile etnografik bir veri içermektedir. Ancak bu ürünlerin üretim aşamasından ziyade sonrasında gelen ekonomik problemlere dikkat çekilmiştir.



Resim 2: ekim Ekibi ve Pena Blanca'daki ocuklar

Bütün Bedenler: Röportaj ve vlog mantığı ile çekildiği için yakın çekimler oldukça fazladır. Genel ve orta çekimler de yakın çekimleri desteklemiştir. Etnografiklik açısından aşırı yakın çekimler filmi parçalamaktadır. Bu sebeple bütün bedenler ilkesi doğru olarak yerine getirilememiştir.

Açıklamalar ve Müdahalelerin Değerlendirilmesi: Filmin hazırlanma sürecinin dışında yapılan bir n araştırmadan belgeselin içerisinde söz edilmemektedir. Fakat görüntüler içerisinde ekibin ellerinde bir defter ile topladığı bilgileri bir araya getirmesi ve daha çok bilgi edinmek adına çevrelerindeki insanlarla röportaj yapmaları yazılı materyal kazandırmıştır. Yönetmenlerin doğrudan kameranın karşısında ve üst ses olarak deneyimlerini aktarıyor olmaları, bilinçli olarak yapılmasa bile onlara etnografik kimlik kazandırmıştır. Çünkü bir etnografin yapığı gibi zaman içerisinde deneyimleyerek aktarılmaktadır.

Temel Teknik ve Yeterlilik: Belgesel, film olma kriterlerini tam olarak karşılamamaktadır. Vlog olarak tasarlanmış çekimler buna göre yapılmıştır. Yeniden oluşturulan sahne bulunmayıp gerçeklik olduğu gibi verilmiştir.

Ses Uygunluğu: Doğal seslerin yanında üzerine röportaj sesi de eklenmiştir. Yönetmenler deneyimlerini ve planlarını, farklı sahnelerde anlatıcı sesi olarak aktarmıştır. Anlatıcı sesi yoğun olarak kullanılmıştır. Edindikleri bilgileri açıklayıcı niteliktedir. Belgesel içerisinde konuşulan İspanyolca ve Mayan dilindeki Kaikel lehçesine İngilizce alt yazı eklenmiştir. Türkçe dilinde dublajı bulunmaktadır. Belgeselin başlangıcında ve sonunda kısa fon müziği kullanılmıştır.

Anlatım Uygunluğu: Ekonomi, toplumsal dayanışmanın gerçekleşmesi, dil, sevinç hüznün gibi kültürün sözlü öğeleri üst ses kullanılarak açıklanmıştır. Açıklamalar doğrudan yönetmenlerin ağızından ve röportajlarla yapılmıştır. Kültürel öğelere sözlü olarak değinilse de doğrudan kültür aktarımına yönelik bir dil kullanılmamıştır.

Etnografik Mevcudiyet: Ağırlıklı olarak Zach ve Chris’in bilgi toplarken, bu bilgileri not alırken, çevrelerindeki insanlar ile etkileşim halindeyken görülmektedir. İki yönetmen seslendirmeyi de kendileri yapmıştır. Çocukların okullarına gitmeleri onlarla vakit geçirdikleri sahneler, bunun dışında onların dilini öğrenmek için çabalamaları ve aynı zamanda İspanyolca ve İngilizce öğretmeleri etnografik mevcudiyet ilkesini karşılamaktadır.

Bağlamsallık: “Bir Dolar ile Yaşamak” filmi bağlamsallık dışı görüntü içermemektedir. Belgeselde kullanılan hayatta kalma yöntemi merak uyandırır da ilerleyen sürelerde soruları cevaplamaktadır. Belgesel içerisinde parçalı olarak etnografik veri taşımaktadır.

Bütün İnsanlar: Belgesel çoğunluk ile bireysellik içeren betimlemeler kullanmıştır. Kimliği belirsiz insan toplulukları bulunmamaktadır. Görüntülenen bireyler ile etkileşime geçilmiştir. Kimliği belirsiz kişiler genel çekimlerle verilmiş ancak bilgi alınan insanlar odaklı çekimlerle verilmiştir.

Film Yapım Sürecine Müdahale

- **Zamana Müdahale:** Zamana müdahale söz konusu değildir.
- **Devamlılığa Müdahale:** Devamlılığa müdahale söz konusu değildir.

Davranışa Kasıtsız Müdahale: Guatemala’daki halkın doğal yaşam sürecine uyum sağlanmış olabildiğince az müdahalede bulunulmuştur.

Davranışa Kasıtlı Müdahale: Davranışa kasıtlı müdahale bulunmamaktadır.

Tablo 4’te “Bir Dolar ile Yaşamak” belgeselinin Heider’in şemasına yerleştirilmiş şekli yer alacaktır;

Etnografik temel	Etnografya- dan habersiz		
Yazılı Materyal ile Bağ		Hayal meyal bağlantılı materyal	

Bütün Hareketler	Parça parça eksik kalmış hareketler		
Bütün Bedenler	Aşırı parçalanmış bedenler, parça parça omuz çekimler		
Açıklamalar ve Müdahalenin Değerlendirilmesi		Biraz girişim	
Temel Teknik Yeterlilik		Makul olabilecek yeterlilik	
Ses Uygunluğu		Ölçülü öyküleme	
Anlatım Uygunluğu			en uygun şekilde açıklığa kavuşturulan ve görsellerle bağlantılı
Etnografik mevcudiyet			etnograf filmde etkileşim halindeyken ve bilgi toplarken gösterilir
Bağlamsallık			Tamamen bağlamsallık
Bütün İnsanlar			Bireysellik duygusunu geliştirir
Film Yapım sürecine Müdahale;			
Zamana Müdahale			Gerçek zaman
Devamlılığa Müdahale			Gerçek, korunmuş sıralama
Davranışa Kasıtsız Müdahale			En az seviyede
Davranışa Kasıtlı Müdahale			En az seviyede

Tablo 4: “Bir Dolar ile Yaşamak” Filminin Etnografik Çözümleme Tablosu

SONUÇ

Tür kuramı genel olarak dağıtım ve sınıflandırma amacı ile kullanılsa da tüketim sürecinde aktif bir rol sergilemesinden ötürü film izlemede biçimlendirici bir rolü bulunmaktadır. Fakat belgeseli bir tür içerisine dahil etmek ile kurmaca bir filmi kategorize etmek farklı zorluklar içermektedir. Bu zorluklardan en büyüğü, belgesel filmin ortak bir kalıba uyması ancak yapısöküme uğratıldığında kendi içinde tekrar kategorilendirilmesinden kaynaklanmaktadır. Çünkü belgeselin alt türleri arasında birçok tür bulunmakta ve bunların hangi yaklaşım ile ele alındığı, aktaracağı bilginin güvenilirliği ile sağlamaktadır. Aynı zamanda toplumsal belleğin aktarımı noktasında ortaya çıkacak riskleri de azaltmaktadır. Bu nedenle belgesellerin etnografik anlayışa sahip olup olamadığının değerlendirilmesi kültür ve bellek aktarımı noktasında önem arz etmektedir.

Etnografik film yapısı gereği literatür içerisinde doğrudan belgesel türü ile özdeşleşmiş olarak kabul edilmektedir. Fakat belgeselin, kendi alt türlerini taşıması bu alt türleri birbirinden ayırmayı gerektirmektedir. İçerisinde insan bulunan her belgeselin etnografik veri taşıdığını ancak etnografik veri taşıyan her belgeselin etnografik olarak tanımlanıp tanımlanamayacağını araştıran bu çalışmanın kuramsal incelemeleri, tanımları ve filmlerin analizleri sonucunda etnografik belgesel olarak adlandırılabilmek için gereken yapımların özellikleri açısından “Bir Dolar ile Yaşamak” belgeselinin “Bal Ülkesi” belgeseline göre daha yoğun bir etnografik anlayış ile çekildiği sonucuna ulaşılmıştır. Bir tür kalıbına sokabilmek için hangi türe dahil olmadığını belirlemek de bir çalışma yöntemidir. Bu noktada Karl G. Heider’in hazırlanmış olduğu etnografik film çözümleme tablosu belgesellerinin alt türünün belirlenmesine yardımcı olmak amacıyla kullanılmıştır. İki filmin de yapımlar ve içerik özelliklerine bakıldığında katılımlı gözlem yapma, görüşme, röportaj, fotoğraf ve diğer görsel materyallerinde kullanılması, alan çalışmasına dair notların tutulması ve aynı zamanda insanlık adına bir sorumluluk içermesi, birincil elden deneyimlerin paylaşılması, yönetmenlerin etnolog yada belgesel sinemacı olmamalarına rağmen bu kimliği daha başarılı bir şekilde yerine getirmesi gibi yöntemler açısından, “Bir Dolar ile Yaşamak” belgeseli halkın maddi ve manevi kültürünü sunmakta daha başarılı olmuştur. Bu yüzden filmi etnografik olarak tanımlamak yanlış olamayacaktır. Ancak “Bal Ülkesi” filmi de etnografik veri içermesine rağmen etnografik olarak tanımlanamaz. Fakat bir doğa belgeseli olarak tanımlanabilmektedir çünkü doğal yaşam bilinci oluşturmaktadır. Bellek aktarımı noktasında iki belgeselde de farklı türden kültürel aktarımlar bulunmaktadır. İki belgesel de konu aldığı geleneksel ve sosyoekonomik yapıya dikkat çekmiştir. Fakat “Bal Ülkesi” filmi aktardığı kültürel verileri tam olarak açıklayamamış ve bir anlam kalıbı içerisine oturtamamıştır. Buna karşın “Bir Dolar ile Yaşamak” belgeseli daha yüksek etnografik anlayış içermesi ve çekim tekniğinin de bu an-

layışa daha uygun olması nedeni ile elde ettiği kültürel veriyi daha açıklayıcı bir şekilde aktarmıştır. Buradan yola çıkarak etnografik öge taşıyan her filmin, bir alt tür olarak etnografik belgesel olarak tanımlanamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- Abisel, N. (1995). *Popüler Sinema ve Türler*. İstanbul: Alan Yayıncılık .
- Adalı, B. (1986). *Belgesel Sinema*. İstanbul: Hil Yayınları.
- Altman, R. (1999). *Film/Genre*. London: British Film Institute.
- Altman, R. (2003). Sinema ve Tür. G. Nowell-Smith içinde, *Dünya Sinema Tarihi* (s. 322-333). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Altuntek, S. (2009). *Yerli'nin Bakışı Etnografya; Kuram ve Yöntem*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Buscombe, E. (2003). The Idea of Genre in the American Cinema. B. Keith Grant (Dü.) içinde, *FILM GENRE READER III* (s. 12-26). Austin: University of Texas Press.
- Butler, A. (2011). *Film Çalışmaları*. (A. Toprak, Çev.) İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- De Brigard, E. (1975). The History of Ethnographic Film. P. Hockings içinde, *Principles of Visual Anthropology* (s. 13-43). Paris: Mouton Publishers.
- Duman İnce, S. (2019). *Kültürel Antropoloji Bağlamında Etnografik Alan Araştırması ve Etnografik Bir Film Uygulaması: Yaşam Ağacı Film Çalışması*. Sanatta Yeterlilik Tezi, Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı.
- Gider Işıkman, N. (2015). Sinema Kuramları 1: Beyaz Perdeyi Aydınlatan Kuramcılar. Z. Özarslan (Dü.) içinde İstanbul: Su Yayınevi.
- Grierson, J. (2014). FROM "FIRST PRINCIPLES OF DOCUMENTARY" (UK, 1932). S. MacKenzie (Dü.) içinde, *FILM MANIFESTOS AND GLOBAL CINEMA CULTURES: A CRITICAL ANTHOLOGY* (s. 453-459). Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press.
- Gündeş Öngören, S. (1991). *Belgesel Filmin Yapısal Gelişimi ve Türkiye'ye Yansımaları*. İstanbul: Del Yayınevi.

Heider, K. (1976). *Etnographic Film*. The United States of America: University of Texas Press.

İnce, B. (2010). *Belgesel Sinemada Etnografik Yaklaşımlar*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Radyo-Tv Sinema Anabilim Dalı Radyo TV Bilim Dalı.

İpek, Ö. (2014). *Tanıklıklar Sineması Belgesel Sinema Üzerine*. İstanbul : Agora Kitaplığı.

Karasu, Ö. (2009). *Kültürün Aktarılmasında Etnografik Belgesel* . Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı.

Kirel, S. (2011). Sinemada Tür Kavramı ve Popüler Türleri Anlamak Üzere Bir Yol Haritası Denemesi . M. İri (Dü.) içinde, *Sinema Araştırmaları: Kuramlar, Kavramlar, Yaklaşımlar* (s. 243-286). İstanbul: Derin Yayınları.

Kotevska, T., & Stefanov, L. (Yönetenler). (2019). *Honeyland* [Sinema Filmi].

Kuzu, B. (2020). Etnografik Belgeselde Jean Rouch'un Sinema Pratiği: Etno-Kurmaca. *SineFilozofi Dergisi*(Özel Sayı), 201-226.

Malinowski, B. (1992). *Bilimsel Bir Kültür Teorisi*. (S. Özkal, Çev.) İstanbul: Kabalıcı Yayınları.

Nichols, B. (2017). *Belgesel Sinemaya Giriş*. (D. Eruçman, Çev.) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

Nowell-Smith, G. (2003). *Dünya Sinema Tarihi*. (A. Fethi, Çev.) İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.

Özarlan, Z. (2013). Sinemada Tür Kuramı. Z. Özarlan (Dü.) içinde, *Sinema Kuramları 2: Beyaz Perdeyi Aydınlatan Kuramlar* (s. 51-76). İstanbul: Su Yayınları.

Özden, Z. (2004). *Film Eleştirisi* (2. b.). Ankara: İmge Kitabevi .

Rotha, P. (2002). *Belgesel Sinema*. (İ. Şener , Çev.) İstanbul: İzdüşüm Yayınları.

Ruby, J. (2005). Etnografik Sinema (ES) Manifestosu. U. Kutay, & Ş. Erdoğan içinde, *Görüntünün Darbesi Manifestolar* (T. Yılmaz , A. Sivas, U. Karaböcek, & N. Sönmez , Çev., s. 79-80). İstanbul: Es Yayınları.

Susam , A. (2015). *Toplumsal Bellek ve Belgesel Sinema*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Susar, A. (2005). Etnolojik Belgeleme-Etnografik Film ve Sözlü Tarih Çalışmalarının Antropolojideki Yeri. H. Birkalan Gedik, & B. Kümbetoğlu içinde, *Gelecekte Geleceğe Antropoloji* (s. 141-152). İstanbul: Epsilon Yayıncılık.

Tağ, Ş. (2003). *Belgesel Sinema ve Türleri*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sinema Televizyon Ana Bilim Dalı.

TDK. (2022, 05 22). *TDK. 05 22, 2022 tarihinde Türk Dil Kurumu Sözlükleri*: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı

Temple, C., Ingrasci, Z., Leonard, S., & Ku, S. (Yönetenler). (2013). *Living on One Dollar* [Sinema Filmi].

Tudor, A. (2003). Genre. B. Keith Grant (Dü.) içinde, *FILM GENRE READER III* (s. 3-11). Austin: University of Texas Press.

Yıldırım, İ. (2013). Etnografik Alan Çalışmasında Görüntü Kaydının Kullanımı. *Milli Folklor Dergisi*(97), 111-121

YAZIM KILAVUZU

Aşağıda belirtilen yayın ilkeleri ve yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmış yazılar, çalışmalar dergipark üzerinden (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/icd>) gönderilebilir. Ön inceleme ve hakem değerlendirmesi doğrultusunda geliştirilmek ve/veya düzeltilmek üzere yazarlarına geri gönderilen yazılar, gerekli düzeltmeler yapılarak en geç bir ay içinde tekrar dergiye ulaştırılır. Yapılan ön incelemede yazım kurallarına uyulmadığı tespit edilen makaleler düzeltilmesi için yazarına iade edilir ve yayım programına alınmaz.

Çevirisi yapılmış makalelerin değerlendirmeye alınabilmesi için özgün metinlerin ve makale sahibinden (asıl yazar veya hak sahibi yayınevi) izin yazılarının da gönderilmesi zorunludur.

Yayın İlkeleri

1. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi, bilimsel niteliklere sahip çalışmaları yayımlayarak iletişim bilimlerinin bilgi birikimine katkıda bulunmak amacıyla yılda iki sayı basılı olarak yayımlanan ulusal hakemli bir dergidir.
2. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi'ne gönderilecek yazılarda öncelikle alanına katkı sağlayan özgün nitelikte bir 'araştırma makale' veya daha önce yayımlanmış çalışmaları değerlendiren, bu konuda yeni ve dikkate değer görüşler ortaya koyan bir 'derleme makale' olması şartı aranır. Ayrıca, ilgili alanlarda yayımlanan bilimsel kitaplara ait makale formatındaki değerlendirme yazıları da derginin yayım kapsamı içindedir.
3. Bunun dışında deneyimli araştırmacıların; uluslararası bilimsel toplantılarda yabancı dilde sundukları bildirilerinin yurtiçinde daha geniş araştırmacı kitlesi tarafından erişilebilmesi amacıyla Türkçe olarak yayımlamayı da ilke edinmiştir.
4. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi'nin ana amacı iletişim çalışmalarında çerçevesinde ortaya çıkan verileri, bilimin temel işlev ve gerçeklerini bozmadan, abartmadan, objektif bir biçimde kamuoyuna iletmektir.
5. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi, düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; demokrasi ve insan

haklarına aykırı, şiddeti, kini ve düşmanlığı kışkırtıcı; dinî duyguları rencide edici yayın yapmaz.

6. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi, araştırmalar sonucunda ortaya çıkan makalelerde kişi ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan lakap ve yakıştırmalar yayımlamaz.
7. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi'nde yayımlanan yazılardaki görüşlerin ve çevirilerin bilimsel, etik ve yasal sorumlulukları yazarlarına aittir.
8. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi'nde yayımlanan makaleler için yazara telif ücreti ödenmez.

Genel Kurallar

Dergide yayımlanan yazı ve makalelerde kullanılacak dil Türkçe ve İngilizcedir. Çalışmayı destekleyen bir kurum varsa, makale içerisinde belirtilmelidir. Gönderilen yazılar kaynakça ve ekler dâhil 12.000 kelimeyi aşmamalıdır. Makaleler APA referans sistemine (APA 6.0) göre düzenlenmelidir. Lütfen metin içinde verilen referansların kaynakçada olmasına özen gösteriniz. Dergimiz için editör kurulunca belirlenen intihal oranı üst sınırı yüzde 15'dir. İntihal tespit programındaki filtreleme seçenekleri şu şekilde ayarlanır: -Kaynakça hariç (Bibliography excluded) -Alıntılar hariç (Quotes excluded) -5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 5 words) -Program menüsünde bulunan diğer filtreleme seçenekleri raporlamaya dâhil edilmez.

Yazım Kuralları

Sayfa Düzeni

Üst 3,5 cm, alt 2,5 cm, sol kenar 2,5 cm, sağ 2 cm boşluk bırakılacak şekilde tüm metin alanı 170 mm X 240 mm şeklinde olmalıdır.

Yazı Türü

Times New Roman yazı karakteri kullanılmalıdır. Türkçe "Öz" İngilizce "Abstract" bölümleri 11 punto, ana metin 11 punto, yararlanılan kaynaklar bölümü ise 1 punto olmalı; metin, Türkçe-İngilizce özet ve yararlanılan kaynaklar iki yöne yaslı olarak hizalanmalıdır. Metin tek satır aralığı kullanılarak yazılmalı, paragraflar arası 1 satır boşluk bırakılmalıdır.

Başlıklar

Makale ana başlık ve alt başlıklardan oluşacak şekilde düzenlenmelidir.

Ana Başlık

Times New Roman karakterinde, büyük harfler kullanılarak, kalın, 14 punto şeklinde Microsoft Word formatında olmalıdır. Yazar ismi, kısaltmaları, yazar ORCID numarası ve e-posta adresleri başlıktan sonra iki satır boşluk bırakacak şekilde yazılmalı ve yazar ismi küçük, soyadı büyük olacak şekilde 11 punto yazı karakterinde yazılmalıdır.

Öz

300 kelimeyi geçmemeli ve “ÖZ” kalın, 11 punto olmalı, özet metni 11 punto olarak tüm metin Times New Roman yazı stilinde iki yana yaslı ve tek paragraf şeklinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır. Anahtar kelimeler italik, kalın yazı tipinde ve 11 punto olmalıdır. Makaleye uygun en az üç en fazla beş anahtar kelimenin ilk harfleri büyük diğer harfleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır. “ÖZ”de makalenin konusu, araştırma yöntemi ve sonucuyla ilgili kısa bilgiler verilmelidir.

Abstract

Abstract ana başlık türkçe anahtar kelimelerden sonra iki satır boşluk bırakılarak yazılmalıdır. Times New Roman karakterinde, büyük harfler kullanılarak, kalın, 11 punto, iki yana yaslı ve tek paragraf şeklinde Microsoft Word formatında olmalıdır. 600 kelimeyi geçmemeli ve “ABSTRACT” kalın, 11 punto olmalı; tüm metin Times New Roman yazı stilinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır. Abstract'taki anahtar kelimeler (keywords) italik, kalın yazı tipinde ve 11 punto olmalıdır. Makaleye uygun en az üç en fazla beş anahtar kelimenin(keywords) ilk harfleri büyük diğer harfleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır. “ABSTRACT”ta makalenin konusu, araştırma yöntemi ve sonucuyla ilgili kısa bilgiler verilmelidir.

Bölümler

Makalenin içeriğine göre oluşturulan bölüm alt başlıkları (GİRİŞ, KAVRAMSAL ÇERÇEVE, LİTERATÜR TARAMASI, ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ, BULGULAR, SONUÇ, ...gibi) hepsi büyük harf olacak biçimde, 11 punto ve kalın (bold) olmalıdır ve numaralandırma kullanılmadan yazılmalıdır.

Ana Metin

Alt başlıklar 11 punto, kalın ve büyük harf kullanılarak yazılmalı ve metin kısmı

11 punto, Times New roman yazı stilinde Microsoft Word formatında olmalıdır. Makaleler tek sütun, iki yana yaslı olacak şekilde ve paragraf aralarında tek aralık olacak şekilde yazılmalıdır. İlk bölümün alt başlığı anahtar kelimelerden sonra bir satır boşluk bırakarak başlamalı ve bunu takip eden metin paragraflarında boşluk olmamalıdır. Makale Uzunluğu şekiller ve figürler ile birlikte 20 sayfayı geçmemelidir.

Tablo, Şekil, Grafik ve Resimler

Metinde kullanılan tablo, Şekil, grafik ve resimler yazar(lar) tarafından oğgn olarak oluşturulmamış ise “kaynak” gösterilerek metin içinde kullanılabilir. Tablo, Şekil, grafik ve resimler metin kısmına uyacak şekilde yerleştirilmeli ve başlıkları 11 punto ve ortalanarak yazılmalıdır. Metin içinde kullanılan tablo ve grafikler Tablo 1., Tablo 2./ Grafik 1., Grafik 2. ... vb gibi sıralanmalıdır. Tablo numaraları ve başlıklar tablodan önce olacak şekilde yazılmalıdır. Şekil, grafik ve resimlerin numaraları ve başlıkları kendinden(Şekil, grafik ve resim) sonra altta olacak şekilde Şekil 1., Şekil 2./ Resim 1., Resim 2. ... vb gibi sıralanarak yazılmalıdır. Tablo, Şekil, grafik ve resim başlıklarında kullanılan kelimelerin ilk harfleri büyük diğerleri küçük olacak şekilde oluşturulmalıdır.

Sonuç

Başlık kalın, 11 punto, büyük harflerle ve metin kısmı da 11 punto Times New Roman yazı stilinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır.

Makale İçi Referans Gösterimi

Makale içinde referans gösterimi APA (en son sürüm) kurallarına uygun olacak şekilde düzenlenmelidir.

APA referans kuralları için bakınız: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Tek yazarlı kaynaklara referans: (Atılğan, 2015: 28) , (Atılğan, 2015: 28-32)

İki yazarlı kaynaklara referans: (Atılğan & Demir, 2015: 28), (Atılğan & Demir, 2015: 28-32)

Beş yazarlı kaynaklara ilk kez referans yapıldığında: (Atılğan, Demir, elik, Savaş & Yıldırım, 2015: 28)

Beş yazarlı kaynaklara ikinci kez veya daha fazla kez referans yapıldığında:

(Atılğan vd., 2015: 28)

Beşten fazla yazarlı kaynaklara ilk kez referans yapıldığında: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş, Yıldırım....Işık, 2015: 28)

Beşten fazla yazarlı kaynaklara ikinci kez veya daha fazla kez referans yapıldığında: (Atılğan vd., 2015: 28)

İnternette referans yapıldığında: (Mills, 2012)

Kaynakça

Makalede yararlanılan kaynaklar APA (en son sürüm) kurallarına uygun olacak şekilde düzenlenmelidir.

APA kaynak gösterimi için bakınız: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Kaynakça başlığı 11 punto, kalın; kaynaklar ise aşağıda gösterilen biçimde alfabetik, numarasız yazılmalıdır. Ayrıca eser ismi(referans alınan kaynak) italik olmalıdır.

Tek yazarlı kitap

Tuncer, D. (1992). Dağıtım Kanalları Sistemi. Ankara: Gazi Yayınları.

İki yazarlı kitap

Turgut, M. F. & Y. Baykul. (1992). Ölçkleme Teknikleri. Ankara: ÖSYM Yayınları.

Editörlü kitap

Theberge, J. (Ed.). (1968). Economics of Trade and Development. New York: John Wiley.

Çeviri kitap

Morgan, L.H. (2015). Eski Toplum. (Oskay, Ü. Çev.), İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Kitap bölümü

Ünlüer, A.O. (1988). Boş Zamanı Değerlendirme Açısından Kitle İletişim Araçlarının Ülkemizde Durumu. Demiray, U. (Ed.). Kitle İletişim Araçları ve

Boş Zaman (ss.71-113). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı.

Basılı dergi

Engin, B. H. (2016). Markalaşma Kavramı Çerçevesinde Marka Ederi. Öneri Dergisi. 12 (46): 277-294.

Elektronik dergi

Yengin, D. & Algül, A. (2018). Küreselleşme Bağlamında Sanal Gerçeklik Kullanımı. Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC. 10 (2): 155-126. doi: 10.7456/10902100.

Basılı Gazete

Kumcu. E. (2006, 11 Aralık). Büyüme yavaşlama sinyali veriyor. Hürriyet Gazetesi. s.9.

Elektronik Gazete

Mills, S. (2012, 16 Ekim). How Twitter is winning the 2012 US election. The Guardian. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/oct/16/twitter-winning-2012-us-election> (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

Tez

Algül, N. (2006). Sanat Tarihinde Mahmut Akok. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türk Sanatı Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Web sayfası

Yavuz, E. (2018, 7 Kasım). Zaman ve İnsan Üzerine. <https://dusunbil.com/zaman-ve-insan-uzerine>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

Rapor

Taymaz, E. (2018). Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme Raporu. (TÜSİAD-T/2018,10-600).

İletişim Bilgileri:

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

Yayın Koordinatörlüğü

İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, No: 38

Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 444 1 428

Web: <http://icd.aydin.edu.tr>

E-posta: icd@aydin.edu.tr

WRITING RULES

Articles prepared in accordance with the following publishing principles and spelling rules, studies can be sent via dergipark (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/icd>). Articles sent back to their authors for improvement and / or correction in line with pre-review and referee evaluation, The necessary corrections are made and returned to the journal within a month at the latest. In the preliminary examination, articles that are found to be not complied with the spelling rules are returned to the author for correction and are not included in the publication program.

Providing the permissions of the authors (the main author or the rightful publishing house) is obligatory for the translated texts and articles as well.

Publishing Principles

1. The Journal of Communication Studies is a national, peer-reviewed journal which is printed twice a year by İstanbul Aydın University, Communication Faculty, for the purpose of contributing in the accumulation of knowledge in the field of communications sciences through publishing scientific articles.
2. It is of first priority for the manuscripts to be an original ‘research article’ contributing to its field or a ‘collection article’ evaluating previous works in its field and expressing new and noteworthy views in this respect. In addition, evaluation articles from scientific books that are published in the related fields and book reviews are also within the scope of the journal’s publication.
3. On the other hand, the journal has adopted the principle of publishing Turkish translations of papers that are presented in different languages in international scientific gatherings in order to provide more accessibility to local researchers.
4. The main aim of the journal is to release the data obtained within the scope of communications sciences to the public objectively and as is, without contradicting the fundamental facts of science.
5. The journal does not publish materials limiting the freedom of thought, conscience and expression, contradicting human rights, provoking violence, hatred and hostility and offending religious values.
6. The journal does not publish articles which use a humiliating and/or degrading language, epithets and/or ascriptions beyond the limits of criticism regarding

the person(s) or institution(s) in result of the scientific work.

7. The scientific, ethic and legal responsibilities of the views and translations in the manuscripts which are published in the journal belong to their respective authors.
8. No royalty fee is paid to the authors of the articles that are published in the journal.

General Rules

The languages to be used in the articles and articles published in the journal are Turkish and English. If there is an institution supporting the study, it should be specified in the article. Submitted articles should not exceed 12,000 words including bibliography and appendices. Articles should be organized according to the APA reference system (APA 6.0). Please make sure that the references given in the text are in the bibliography. The maximum plagiarism rate determined by the editorial board for our journal is 15 percent. The filtering options in the plagiarism detection program are set as follows: -Excluding the reference (Bibliography excluded) -Excluding quotes (Quotes excluded) -Except for the text parts containing less than 5 words (Limit match size to 5 words) -Other filtering options in the program menu are included in the reporting is not.

Writing Rules

Page Layout

Margins: up 3,5; down 2,5; left 2,5; right 2 cm with 170 mm X 240 mm over all text space.

Type of Font

Times New Roman style should be used. Turkish Abstract English Abstract should be in 11 pt, main text should be 10 pt. Text, Turkish-English abstract and the sources used should be justify. Text should be written using single line spacing, 1 line spacing between paragraphs should be left.

Headlines

The manuscript should be composed of main headings and sub-headings.

Main Title

Times New Roman character, using capital letters, bold and must be in Microsoft Word format in 14-pt format. Author name, abbreviations, author ORCID number and e-mail addresses should be written with two lines of space after the title and the name of the author should be written in 11 pt font size.

Abstract

The text should be written in 11-pt font in Times New Roman font style and in a single paragraph in Microsoft Word format. Must not exceed 300 words and should be bold, 11 pt. Keywords should be in italic, bold type and 11 pt. At least three, maximum five key words should be written with the first letter and the other letters with small letters. In abstract (ÖZ), subject of the article, research method and result should be given.

Abstract Title

Abstract title should be written with two lines of space after Turkish keywords. Times New Roman should be in bold, 11 pt, justified, and in single word Microsoft Word format using capital letters. Should not exceed 600 words and abstract should be bold, 11 pt. and all text should be written in Microsoft Word format in Times New Roman style. Keywords in abstract should be in italic, bold type and 11 pt. At least three, maximum five key words should be written with the first letter and the other letters with small letters. In abstract, subject of the article, research method and result should be given.

Sections

Section subtitles created according to the content of the article (such as INTRODUCTION, CONCEPTUAL FRAMEWORK, LITERATURE REVIEW, RESEARCH METHODOLOGY, FINDINGS, CONCLUSION,...) should be written in 11 pt, bold, all in capital letters and without numbering.

Main Text

Subtitles should be written in 11 pt, bold and capital letters and the text should be in 11 pt., Times New Roman style in Microsoft Word format. Articles should be written in a single column, justified, and in a single space between paragraphs. The subtitle of the first section should start with a line space after the keywords and there should be no spaces in the following paragraphs. Article length must not exceed 20 pages with shapes and figures

Tables, Figures, Graphics and Pictures

If the tables, figures, graphics and pictures used in the text are not originally created by the author (s), they can be used in the text by showing “source”. Tables, figures, graphics and pictures should be placed to fit the text and the headings should be written in 11 font size and centered. Tables and graphs used in the text should be listed as Table 1., Table 2. / Chart 1., Chart 2. etc. and so on. Table numbers and titles should be written before the table. Figures, graphics and pictures of the numbers and the headers (figure, graphic and picture) then the bottom of the Figure 1., Figure 2. / Picture 1., Picture 2. etc. should be written as ordered. The first letters of the words used in the tables, figures, graphics and image titles should be initials large and the others are small.

Conclusion

The title should be written in bold, 11 pt, capital letters and text in 11 pt. Times New Roman style in Microsoft Word format.

In-Article Reference Display

Reference within the article should be arranged in accordance with the APA rules.

APA referans kuralları için bakınız: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Reference to single authored sources: (Atılğan, 2015: 28) , (Atılğan, 2015: 28-32)

Reference to sources with two authors: (Atılğan & Demir, 2015: 28), (Atılğan & Demir, 2015: 28-32)

When reference is made to sources with five authors for the first time: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş & Yıldırım, 2015: 28)

When reference is made to sources with five authors for a second time or more: (Atılğan vd., 2015: 28)

When references to resources with more than five authors are made for the first time: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş, Yıldırım....Işık, 2015: 28)

Reference to sources with more than five authors for the second time or more times: (Atılğan vd., 2015: 28)

When reference is made from the Internet: (Mills, 2012)

Bibliography

The sources used in the article should be arranged in accordance with APA (latest version) rules.

For APA citation, see: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Bibliography title 11 point, bold; References should be written alphabetically, without numbers, as shown below. In addition, the title of the work (referenced source) should be italic.

Single Author Book

Tuncer, D. (1992). *Dağıtım Kanalları Sistemi*. Ankara: Gazi Publishing.

Two Authors Book

Turgut, M. F. & Y. Baykul. (1992). *Ölçekleme Teknikleri*. Ankara: ÖSYM Publishing.

Edited Book

Theberge, J. (Ed.). (1968). *Economics of Trade and Development*. New York: John Wiley.

Translation Book

Morgan, L.H. (2015). *Eski Toplum*. (Oskay, Ü. Trans.), İstanbul: İnkılap Publishing.

Book Chapter

Ünlüer, A.O. (1988). *Boş Zamanı Değerlendirme Açısından Kitle İletişim Araçlarının Ülkemizde Durumu*. Demiray, U. (Ed.). *Kitle İletişim Araçları ve Boş Zaman* (ss.71-113). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı.

Published Magazine

Engin, B. H. (2016). *Markalaşma Kavramı Çerçevesinde Marka Ederi*. *Öneri Dergisi*. 12 (46): 277-294.

Electronic Magazine

Yengin, D. & Algül, A. (2018). Küreselleşme Bağlamında Sanal Gerçeklik Kullanımı. Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC. 10 (2): 155-126. doi: 10.7456/10902100.

Published Journal

Kumcu, E. (2006, 11 Aralık). Büyüme yavaşlama sinyali veriyor. Hürriyet Gazetesi. s.9.

Electronic Journal

Mills, S. (2012, 16 Ekim). How Twitter is winning the 2012 US election. The Guardian. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/oct/16/twitter-winning-2012-us-election> (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

Dissertation

Deniz, N. (2006). Mahmut Akok in Art History. Marmara University, Institute of Social Science, Unpublished Doctoral Thesis. İstanbul.

Web Page

Yavuz, . (2018, 7 November). Zaman ve İnsan Üzerine. Retrieved from <https://dusunbil.com/zaman-ve-insan-uzerine>. (Access date: 10 July 2018).

Report

Taymaz, E. (2018). Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme Raporu. (TÜSİAD-T/2018,10-600).

Contact information:

The Journal of Communication Studies

Editorial Coordination

İstanbul Aydın University, Communication Faculty

Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, Nu: 38

Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 444 1 428 /

Web: <http://icd.aydin.edu.tr>

E-mail: icd@aydin.edu.tr